

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del Título de: LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
ESTUDIO SOBRE EL USO DE LA TÉCNICA PERIODÍSTICA EN EL GÉNERO
DE LA NOTICIA**

**AUTOR:
ENRIQUE MAURICIO DURÁN CUADRADO**

**DIRECTOR:
LCDO. PEDRO IVÁN MORENO**

Quito, Febrero de 2012

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

De mi consideración:

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo; cuyo tema es: Estudio sobre el Uso de la Técnica Periodística en el Género de la Noticia, son de exclusiva responsabilidad de Enrique Mauricio Durán Cuadrado, CI: 1711466571.

Atentamente,

Enrique Mauricio Durán Cuadrado
171146657-1

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A mi M-A-D-R-E, que con todo su Esfuerzo y Amor ha dedicado su vida entera a ser Mamá, dejando de lado su vida como Mujer. Jamás olvidaré sus maravillosas lecciones de vida en tiempos de abundancia y en tiempos de escasez. Me enseñó a vivir cada día a plenitud dando todo mi ser, me inició en la sabiduría de llorar, reír, abrazar, amar y hasta enojarme, siempre que fuera necesario. Se me hace difícil encontrar las palabras para describir a un SER tan maravilloso, sin embargo, solo quiero decirte dos cosas: ¡TE AMO y GRACIAS! Fuiste, Serás y Eres un ejemplo inseparable de mi SER, ya que nuestras naturalezas VIVEN juntas en unas sola. ¡Ahora sé que somos inseparables!

Muy especialmente quiero dirigir el presente trabajo en honor a una persona muy especial y cercana, que a pesar de la distancia, ha sabido ser el eje directriz de mi pensamiento, de mi formación y de mi propia vida. Las inolvidables horas de conversación que compartimos han sido realmente un tesoro y un baluarte propios de la sabiduría de mi maestra -mi madre espiritual Amparo Cuadrado- Igualmente mi eterno agradecimiento por todo su Amor y sus esfuerzos: morales, espirituales, familiares y económicos. ¡Para usted todo mi AMOR!

Quiero dedicar el presente estudio al Amor infinito del Maestro Jesús de Nazaret, que con su irresistible presencia ha tocado mi vida transformándola para siempre. Estoy eternamente agradecido con sus maravillosas enseñanzas que han dejado huella en mí ser y me han sobrecogido; así como también su maravilloso y cautivante mensaje de E-S-P-E-R-A-N-Z-A. Mi eterno agradecimiento para mi amigo personal el Maestro, quién me enseñara -en mis horas de soledad-, que existe un Padre Celeste lleno de LUZ, PAZ Y AMOR quién nunca nos abandona, ni peor aún nos reprende por nuestros actos. Padre acepto tu V-O-L-U-N-T-A-D en mi vida.

A mi Padre terrenal, que a pesar de las circunstancias, ha sabido Amarme, Guiarme y Cuidarme. Te Amo y recuerda una sola cosa: “El silencio no significa el olvido”. A mi Hermano y a mi Sobrino, ustedes son mi vida. GRACIAS.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

| | |
|--------------------------------------|----|
| 1.1 Historia de la Noticia | 9 |
| 1.2 La Noticia | 15 |
| 1.3 Estructura de la Noticia | 21 |
| 1.4 Clases de Nota informativa | 29 |
| 1.5 La Técnica Periodística | 33 |

CAPÍTULO II: PRINCIPALES TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

| | |
|--|----|
| 2.1 Paradigma Funcionalista | 38 |
| 2.1.1 Escuela de Chicago | 41 |
| 2.2 Paradigma Estructuralista | 48 |
| 2.2.2 Escuela de Palo Alto | 52 |
| 2.2.3 Escuela Crítica de Frankfurt | 54 |
| 2.3 Comunicación | 56 |
| 2.4 Información | 61 |
| 2.5 Teoría Liberal de la Información | 66 |

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE LOS ROTATIVOS: EL COMERCIO – EL TELÉGRAFO.

| | |
|--|-----|
| 3.1 Historia de los Rotativos | 73 |
| 3.1.1 Diario El Comercio | 73 |
| 3.1.2 Diario El Telégrafo | 74 |
| 3.2 Análisis morfológico de los Rotativos | 76 |
| 3.2.1 Informe técnico del análisis morfológico de diario El Comercio | 77 |
| 3.2.2 Informe técnico del análisis morfológico de diario El Telégrafo | 84 |
| 3.4 Análisis de la técnica periodística de la Noticia | 91 |
| 3.4.1 Análisis de las Noticias de Diario El Comercio | 91 |
| 3.4.2 Análisis de las Noticias de Diario El Telégrafo | 101 |
| CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES | 111 |
| BIBLIOGRAFÍA | 115 |
| ANEXOS | |
| Anexo I | 120 |
| Anexo II | 172 |
| Anexo III | 214 |
| Anexo IV | 216 |

RESUMEN EJECUTIVO

El Estudio Sobre el Uso de la Técnica Periodística en el Género de la Noticia es un trabajo de investigación realizado en la ciudad de Quito; dentro del cual, se profundiza en el análisis del género periodístico de la Noticia, que es el más común y el más usado para difundir los acontecimientos sociales. El estudio detalla antecedentes históricos, desarrollo de las primeras noticias, las técnicas de su estructura, los tipos de pirámides utilizadas para el relato periodístico y también las diferentes clases y tipos de noticias según la opinión de diversos autores.

También se realiza un apunte de las principales teorías de la comunicación. El objetivo de este capítulo es vincular las características técnicas de la noticia a una base teórica concreta, en este caso el funcionalismo. El estudio muestra cómo los medios de comunicación todavía tienen una gran vigencia en cuanto a la gestión de opiniones, vigilancia del entorno; así como también se reafirman en sus tres clásicas funciones: informar, educar y entretener. Así mismo, en el caso del estructuralismo, se propone ver a la noticia como un símbolo social definido; ya que es un sistema de códigos y signos convencionalizados que hace posible un contacto tri-partita entre: medios, periodistas y la sociedad.

La segunda parte del estudio tiene que ver con el trabajo de campo, que se divide en dos ejes: un estudio morfológico de los rotativos El comercio y El Telégrafo, y un análisis de las noticias difundidas en dichos medios. Respecto al análisis morfológico se analizaron los ejemplares de ambos rotativos durante la semana del jueves 7 de julio de 2011 al jueves 14 de julio de 2011. Debido a la extensión del documento, el análisis morfológico consta como anexo al cuerpo de trabajo; por lo cual, se desarrolló un informe técnico del análisis de cada rotativo en donde se detallan las características, contenidos, formas y la utilización de los espacios propios de cada medio. Para el análisis de las noticias se propone un esquema gráfico donde se la estudia por partes. Se detallan las características del titular, lead, cuerpo, cierre y se identifica la estructura y el tipo de noticia a la cuál corresponde. El tiempo destinado para el acopio del material

duró un mes: desde el viernes 1 de octubre de 2010 hasta el lunes 1 de noviembre de 2010. Por cuestiones de espacio y extensión se incluyen en la tesis únicamente tres noticias preseleccionadas de cada medio, en donde se detalla gráficamente sus características.

La razón principal de realizar el estudio de la noticia tiene como justificación la importancia real que representa este género. La noticia es eje central de la carrera periodística, es la primera enseñanza teórica y práctica para los estudiantes, y es la técnica o herramienta de defensa para los profesionales. Por ello, es necesario realizar un análisis profundo en su teorización y tratar de ir más allá de una mera descripción empírica, fría y objetivista. Aunque es un género netamente informativo, tiene una riqueza técnica que permite acercarse a los hechos, recoger datos y testimonios reales, citar acontecimientos y contrastar fuentes dentro de un mismo documento. La importancia de una noticia no está en que sea mejor o peor que la de los demás medios de la competencia. La verdadera importancia de la noticia está en saber manejar su técnica, conocer su variedad y el tipo de estructura para cada relato; además de conocer su historia, sus orígenes y sus cambios que se adaptan a las realidades sociales. Todo este conjunto de características de la técnica, así como también sus bases teóricas, deben de apuntar hacia una trascendencia y visibilización de la parte social, deben ir más allá del mero relato. La noticia, a pesar de ser común, puede llegar a ser un instrumento útil en la sociedad.

Por todas estas razones es que la noticia es la base de un periodista. La responsabilidad de los profesionales es saber reportear, aprender a realizar con humanidad su trabajo. Tienen que darse cuenta que su tarea es la de un observador, que ayudado de una técnica sólida, sociabiliza los acontecimientos y los pone en común a través del alcance masivo de los medios. El estudiante debe aprender a valorar la herramienta y la técnica como un medio de vida para su profesión, debe ser consciente que la riqueza de la carrera va más allá de los sueños de ser una estrella de televisión, un reconocido líder de opinión, o alcanzar la fama en los medios.

INTRODUCCIÓN

El documento de tesis, referente al estudio sobre el uso de la técnica periodística en el género de la noticia, se sintetiza de la siguiente manera. Primero se aborda el gran tema de la noticia y se desarrolla una base teórica en cuanto a su esquema elemental, sus usos y el tratamiento adecuado de la técnica. También se resaltan los principales géneros periodísticos que dan la variedad narrativa a dicha técnica. Posteriormente, se trabaja en una descripción detallada de las principales teorías de la comunicación, con el fin de relacionar y sustentar el estudio de la noticia a una base conceptual concreta, en este caso el funcionalismo, que evidencia la vigilancia del entorno y la gestión de opiniones colectivas. Finalmente, se presenta un estudio de las noticias realizados en los rotativos: El Comercio y El Telégrafo, además de un informe técnico del análisis morfológico elaborado en los ejemplares de dichos rotativos.

La organización del texto se divide en dos grandes secciones: la investigación teórica y el trabajo de campo. En los dos primeros capítulos se ubica la investigación bibliográfica, donde se profundiza la temática de la noticia, los principales autores y el uso de la técnica en el ejercicio periodístico; así como también se apuntan las principales teorías de la comunicación. El tercer capítulo está dedicado al trabajo de campo y al análisis de la técnica empleada por los rotativos en sus noticias, y al estudio morfológico.

Como aspectos más importantes en la elaboración del trabajo y elementos a tomar en cuenta, se apuntan los siguientes: criterios sobre el uso y estructura de la técnica de la noticia; desarrollo de las principales teorías de la comunicación; investigación de campo en las salas de redacción de los rotativos El Comercio y El Telégrafo; presentación de los informes técnicos y de el estudio morfológico ubicado en los anexos y; análisis de las noticias realizado en los ejemplares de los periódicos.

I. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1.1 Historia de la Noticia

Si bien es cierto la Noticia, como género periodístico, se desarrolló y tomó forma durante el apogeo de la escuela objetivista americana hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX; sin embargo, es difícil situar una fecha exacta en cuanto a la aparición de la misma, o de las primeras noticias que se difundieron por el mundo. Pero se tiene que tomar en cuenta que posiblemente es la expresión periodística más antigua si se considera que su propósito es dar a conocer sucesos, hechos o acontecimientos de relevancia y; sobre todo, de gran interés para cierto sector de la sociedad. Por tanto su origen puede considerarse remoto.

Prueba de ello lo constituyen todas las antiguas formas de escritura y expresión utilizadas por las diferentes culturas que han dejado su huella alrededor del mundo. Se puede decir que la necesidad de comunicación, fundamento del desarrollo del hombre, ha motivado a los seres humanos a inventar sistemas; lenguajes; y formas de expresión (simbología, escritura, quipus, pictogramas, jeroglíficos) para transmitir cultura, costumbres, tradiciones e incluso informaciones que fueron consideradas relevantes para perennizarlas en el tiempo y espacio.

La sumeria es la primera civilización del mundo y no simple cultura. Por primera vez una comunidad salta a la historia, conforma de manera compleja su organización social y política [...] y, en especial el invento prodigioso de un sistema de escritura, que permitía fijar y propagar el saber e iniciar los medios de comunicación colectiva por escrito.¹

La placa sumeria cuneiforme, según los datos de historiadores, aparece aproximadamente hacia los años 2700 y 2300 A.C. convirtiéndose en el sistema de escritura más antiguo del mundo, usado para plasmar información de las diversas

¹ HALLO, Wilson, *Síntesis Histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador*, 1^{ra}. Edición, Fundación HALLO, Ecuador, 1992, p. 8,9.

actividades y de la organización socio-política de aquella cultura. Los sumerios, también conocidos como babilónicos, documentaban la información sobre una placa de piedra cuneiforme, con el fin de registrar en ella sucesos, acontecimientos e informaciones trascendentales en su cultura.

PLACA SUMERIA ²



Otro ejemplo de escritura temprana se remonta al antiguo imperio egipcio. Los sacerdotes y escribas, quiénes trabajaban al servicio del faraón, desarrollaron un complejo y elaborado sistema de expresión escrita. Los investigadores y egiptólogos han bautizado a esta forma de escritura como del tipo jeroglífico, debido a que lo conforman una serie de símbolos que se presumen están estrechamente relacionados con los hechos de la cotidianidad. También se registraban historias, dinastías faraónicas y profecías del mundo mágico; con un sinnúmero de interpretaciones que no han sido consensuadas hasta nuestros días.

²

http://2.bp.blogspot.com/_I6tTUNCEnwA/S8no2WOlt8I/AAAAAAAAAzU/pjsIsEZ4ZW8/s1600/Cuneiform+SUMERIO.jpg

JEROGLÍFICO EGIPCIO³



El sistema escrito pictográfico es otro ejemplo de la capacidad de registro que poseían en el mundo antiguo. Para el investigador Alfred Metraux, en las pictografías, debemos encontrar el origen mismo de la escritura. Las enigmáticas representaciones no buscaban un efecto estético y se inclinaban visiblemente a la simplificación, transformándose en símbolos. Los indígenas dejaron, como prueba tangible, varios de estos pictogramas en donde narraban actividades y costumbres de su mundo.

PICTOGRAFÍA INDÍGENA⁴



³ <http://www.egiptoturismo.es/wp-content/uploads/2010/05/jor.jpg>

⁴ <http://www.newberry.org/aztecs/images/full/s2i5.jpg>

Otro de los sistemas de recopilación es el desconcertante QUIPUS. Fue creado por los Incas. Los QUIPUS estaban formados por cuerdas y nudos pequeños que, a su vez, se apoyaban en un nudo superior de mayor grosor. Estas cuerdas también llevaban un color según el mensaje, cifra o dato que querían preservar o comunicar. El sistema de comunicación de esta cultura ayudaba no sólo a la organización de la avanzada civilización incásica, sino que además era utilizado por los Quipucamayos como una organización nemotécnica de datos históricos. A pesar de ello, los historiadores, no han sabido descifrar con certeza el uso puntual de este sistema.

LOS QUIPUS ⁵



En el siglo XV suceden dos hechos de trascendencia histórica que permiten la evolución de las comunicaciones, de la información y de la circulación de las noticias. En 1440 Gutenberg difunde la imprenta y hace posible que las comunicaciones se desarrollen de manera masiva y eficaz. En 1492 el navegante Cristóbal Colón atraca en costas americanas y cambia para siempre la vida y la cultura de los dos continentes y la perspectiva del mundo entero.

⁵ <http://tonalpohualli260.files.wordpress.com/2010/11/wordpress-decodificacion-de-quipus-pag-43-copia.jpg>

La conquista de América abre paso a la comunicación intercontinental, además permite la circulación y flujo de la información a través de cartas, crónicas y correos marítimos; los cuales constituyeron uno de los pilares fundamentales para preservar el poder en la época colonial. En esta época se registran las primeras noticias que eran difundidas a lo largo de la colonia. La obra, *Apuntes Cronológicos y Antología de Prosistas Ecuatorianos y de otros autores*, de Pablo Herrera pone de manifiesto algunos ejemplos.

- **8 de Marzo de 1538:**
Se prohibió que ninguna persona transite en hamaca, cargado por indios, a no ser que estuviese enfermo, bajo la mula de 10 pesos de oro. [...]
- **27 de Noviembre de 1651:**
Se sabe que hubo en Quito mucha seca, a cuya consecuencia se esterilizaban los campos, moría el ganado y se desarrollaban algunas enfermedades, principalmente entre los indios de Guayllabamba y Tumbaco, los que murieron muchísimos. [...]
- **27 de Agosto de 1707:**
Se produjo un incendio tan voraz a las siete de la noche en Guayaquil, que se veía caer las casas en cenizas en un número de 130 en menos de dos horas.⁶

Sin embargo, no se puede afirmar que en aquellos tiempos se podía distinguir a los géneros periodísticos como tal. Menos aún asegurar que se tenía claro una concepción de noticia detallada con la estructura y técnicas actuales. Es más, no existía la profesión del periodista de nuestros tiempos y los registros cotidianos los elaboraban los cronistas. Sin embargo, estos relatos estuvieron cargados de subjetividad y opiniones personales en cuanto a los acontecimientos registrados.

En la época moderna las comunicaciones dan un salto cuántico con la revolución industrial y el apareamiento de las máquinas. El desarrollo del telégrafo, cable marítimo y las vías de comunicación implantan un nuevo escenario en el avance de los hechos. El final del siglo XIX y el comienzo del siglo XX marca el nacimiento definitivo de la técnica periodística y el desarrollo de las noticias. Los primeros diarios aparecen en

⁶ HALLO, Wilson. Op. Cit. p. 27, 32, 33.

Estados Unidos de América e inauguran la etapa de la escuela objetivista que busca transmitir con imparcialidad y equilibrio los hechos y acontecimientos.

“En 1833 aparece el “New York Sun” de Benjamin Day [...] En 1835 James Gordon Bennet, funda el “Morning Herald” y produce los primeros atisbos de lo que se llamaría “crónica noticiosa objetiva e imparcial.”⁷

Debido a los altos costos para transmitir las noticias, varios diarios se asocian para fundar la “Associated Press” en el año de 1848. Aquí se desarrolla un nuevo estilo de redactar noticias, el cual ahorra tiempo y sintetiza los acontecimientos. Nace también la técnica que, a su vez, acarrea una nueva forma de hacer periodismo. Así mismo, se incluyen ciertas características que empiezan a dar forma al concepto de noticia. Por ejemplo:

- Traslado de la responsabilidad por el contenido de la información sobre la fuente misma.
- La técnica moderna asume el papel más importante en el proceso de información, aislando tanto al medio como al periodista de la realidad y protegiéndole contra toda inculpación de errores.
- Cualquier periodista puede elaborar información sobre cualquier tipo de realidad.
- El periodista debe manejar la información de forma objetiva. Es decir, no debe añadir su opinión ni sus consideraciones personales en la redacción de las noticias que cubre y transmite.

Lo que supone básicamente la nueva técnica para escribir noticias es la llamada “pirámide invertida”, que simplemente invierte el orden del relato literario clásico y empieza su desarrollo por el clímax o hecho central y; posteriormente, detalla los hechos secundarios en forma jerarquizada. Esta nueva técnica narrativa cierra el ciclo de la literatura piramidal, que promovía largas historias cargadas de romanticismo para

⁷ GARGUREVICH, Juan, *Géneros Periodísticos*, 1^{ra}. Edición, Editorial Belén, Quito, 1982, p. 30.

matizar poéticamente el clímax y; promueve un estilo narrativo en donde la realidad se considera como práctica, resumida y concreta.

Esta primera etapa del desarrollo de la noticia se la conoce como “objetivismo ingenuo.” Propone que se puede ser objetivo desde el punto de vista periodístico siguiendo las consideraciones de: neutralidad; libertad; preparación; imparcialidad y; principalmente, la consciencia plena de querer ser objetivo. Dentro de este contexto, la escuela americana sienta las bases del periodismo de objetividad que promueve la exactitud, la justicia y el equilibrio, brindando también la plataforma de la técnica y el nacimiento de los géneros periodísticos.

1.2 La Noticia

La noticia se constituye como el género periodístico más utilizado por los rotativos mundiales para la transmisión de los hechos que ocurren en la cotidianidad. Se desarrolla en el siglo XX, y su funcionalidad ha tenido que adaptarse a la realidad del mundo en constante cambio; pero sin embargo, su esencia informativa, imparcial y formal no ha variado a pesar de que algunos sectores de la población periodística, con sus erradas prácticas y usos, han deformado y reducido a la técnica a su mínima expresión.

Desde el punto de vista de la academia clásica, el género de la noticia en comunicación es considerada como es fría, objetiva y brinda una plataforma adecuada para la transmisión de los hechos acaecidos en la realidad. La nota informativa se constituye dentro de la vida social como un hecho de interés público, el cual capta la atención de gran parte de la población y se plasma a través del medio de comunicación social.

Noticia, como arte o verdad, es una palabra breve y de múltiples significados. En el sentido estricto, se trata de un producto tan simple y directo como el jabón o los zapatos. En el sentido más amplio, su calidad es escurridiza, su

variedad infinita, y no tiene más límites que los de la propia vida [...] Sus valores son relativos.⁸

Carl Warren enfoca la noticia desde la realidad de la vida misma, en los aspectos cotidianos. Es por eso que se trata de una cuestión de interés público que pretende interesar, informar o entretener; sin embargo su valor es relativo, ya que no siempre capta la atención de todo el mundo, sino sólo solo de aquel que le interesa el hecho noticioso trascendental.

La nota informativa común es el género más utilizado en el periodismo diario; y consiste simplemente en la presentación de hechos acaecidos recientemente, redactada de acuerdo a normas técnicas desarrolladas por la experiencia. [...]. Es entonces eminentemente factual; sólo persigue presentar hechos que fueron calificados previamente como dignos de ser “noticia”. [...]. Es también necesariamente superficial, utilizar para el acopio de datos, sólo métodos directos de observación o de interrogatorio mínimo.⁹

Dentro de esta lógica, entonces, la Noticia persigue a los hechos. Es factual. Su desarrollo y composición viene dada por las normas técnicas que, rigurosamente, deben ser cumplidas por el periodista. Así mismo, difícilmente dentro de su composición se halla respuestas al “por qué”, es el prototipo del periodismo objetivo, o sea, el traslado de información tratando de no incluir la opinión.

“No hay dudas ya sobre la imposibilidad de ser absolutamente objetivo. [...] Sin embargo [...] se puede ser lo más objetivo posible, si se desarrollan adecuadamente los métodos, las técnicas de recabar la información y transmitirla al lector”¹⁰

El profesional del periodismo está en el deber ineludible de cumplir a cabalidad los procesos técnicos y las normas para redactar la noticia, dentro de su estructura formal. Solo así podrá aproximarse a la utópica objetividad y, en beneficio del público, evitará caer en errores, omisiones y juicios de valor que puedan deformar a la

⁸ WARREN, Carl, *Géneros periodísticos Informativos*, 2^{da}. Edición, Editorial A.T.E, Barcelona, 1975, p. 23, 25.

⁹GARGUREVICH, Juan. Op. Cit. p. 25.

¹⁰Ídem., 26.

información. El periodista debe tener presente que no escribe sus notas para sí mismo, sino que lo hace para un público que necesita informarse, a través de un lenguaje sencillo, de los hechos que ocurren a su alrededor.

Por otra parte, Vivaldi propone un replanteamiento de la noticia, en su estricto sentido.

No se trata de no dar o eludir las noticias ya dadas, sino del replanteamiento de la noticia: de un nuevo tratamiento de la misma. De no satisfacerse con decir: “esto ha pasado”, sino de agotar toda la “problemática” de lo sucedido. [...]. Se impone expresar la noticia, sacarle todo el jugo periodístico posible. [...]. Nos enfrentamos con un lector cada día más instruido que no se conforma con lo escuetamente informativo.¹¹

La perspectiva expuesta anima al profesional del periodismo a vincularse aún más con su labor. Ya no basta con dar un tratamiento escueto a los hechos, sino ir más allá -sin incluir naturalmente juicios de valor ni opiniones- y comprometerse con su misión intelectual. Es decir trabajar en la forma, puliendo la técnica y ampliando la información de los hechos e insertándolos con frescura dentro de la estructura noticiosa: LEAD+CUERPO+CIERRE. Tomando siempre en cuenta que cada uno de ellos debe ser abordado con igual interés, y no solamente como una mera extensión uno del otro. La idea básica es que toda la noticia, en su conjunto, ofrezca una información adecuada y, además, provoque en el lector un gusto de principio a fin, captando siempre su interés.

“La esencia del periodismo, la materia prima. Noticia es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario. [...] La noticia en estado puro tiene su origen en un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente”¹²

El concepto expuesto denota, como ya se ha visto anteriormente, que la noticia es eminentemente un hecho de interés público. Los matices sorprendentes, trascendentales y paradójicos que pueda presentar son, de cierta manera, los ingredientes que

¹¹ VIVALDI, Martín, *Géneros Periodísticos*, 5^{ta}. Edición, Editorial Paraninfo, Madrid-España, 1993, p. 19, 21.

¹² GRIJELMO, Álex, *El Estilo del Periodista*, 16^{ava}. Edición, Editorial Taurus, México 2008, p. 31

proporcionan la atención para captar a los posibles lectores. Se debe, además, tomar en cuenta que la noticia es una cadena de informaciones que se desarrollan a lo largo de una o varias jornadas de trabajo. Es decir, la cobertura de un hecho no termina necesariamente cuando se ha informado el hecho primordial. Ej.: La muerte de un transeúnte por parte de un conductor que se dio a la fuga.

Se debe incluir necesariamente otras aportaciones o datos que enriquezcan a la noticia dada. Es así que del ejemplo anterior, el periodista puede ampliar la cadena de información incluyendo nuevos datos como: nombre del conductor que se dio a la fuga; tipo de vehículo que conducía; condiciones bajo las cuales conducía, entre otros datos que permitan al lector una aproximación sustentada a la realidad acaecida.

La noción de noticia es ambigua. [...] La noticia puede entenderse como nueva información o como un artículo nuevo, pero también como un programa de televisión en el cual aparezca la noticia tal como se muestra [...] En otras palabras, en el uso diario, el concepto de la noticia en los medios implica los siguientes conceptos:

1. Nueva información sobre sucesos, objetos o personas.
2. Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos.
3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en la radio, en la cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.¹³

Desde el punto de vista de la noción de ambigüedad, el autor trata de abordar la definición de noticia como la teoría de un todo. Incluye, en su ponencia, los conceptos de “nueva información” como sucesos cotidianos tratados por la gente común que ocurren en la realidad y, también como parte de una segunda clase de significados que incluye a los medios y a la comunicación de masas que; desde su particular enfoque, toman las noticias que estiman convenientes, pero no necesariamente incluyen toda esa “nueva información” generada alrededor del mundo. Y allí justamente se gesta la ambigüedad como concepto.

¹³ VAN DIJK, Teun, *La Noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, 1^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1990, p., 16,17.

El principal objetivo del periodismo sigue siendo el de informar, y la pieza fundamental de la información sigue siendo la noticia. Pero una noticia no empieza en el momento de su redacción ni acaba en el momento de su recepción. La noticia es un auténtico síntoma social y el análisis de su producción arroja muchas pistas sobre el mundo que nos rodea [...]. Hoy en día a un receptor bien informado no le basta recibir información; debe conocer por qué recibe ésta y no otra.¹⁴

La naturaleza netamente informativa de la noticia es fundamental, en palabras de Fontcuberta. Su concepto de noticia abarca, no solamente los meros hechos acaecidos en la realidad, sino que va más allá e introduce el concepto de acontecimiento, poniendo en claro que -la noticia- es producto de un síntoma social, y dentro de ella se hallan las pistas para comprender el mundo; que además debe tener una profundidad y tratamiento adecuado antes de llegar a su destino.

Así mismo, ofrece un profundo análisis y aporte académico en cuanto a la teoría de la nota informativa. Pone a consideración del lector una completa información acerca de la estructura, composición y matices del uso de la técnica. Además aclara que no necesariamente las noticias de los medios son “reales” y es por eso que motiva al periodista a investigar más a profundidad los hechos para llevar un debido material informativo, satisfaciendo así las nuevas necesidades informativas del receptor.

Noticia es un hecho verdadero, inédito y actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión del mensaje. [...] El vocablo noticia, tal como aquí es presentado este concepto, hace referencia a un hecho social. Pero también se puede utilizar el término noticia para referirnos al texto que da forma a un mensaje. [...]. Sin embargo, para nosotros y en el campo en que nos estamos moviendo, noticia es solo un hecho social que va a ser comunicado.¹⁵

¹⁴ FONTCUBERTA, Mar de, *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*, 3^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1998, p. 12.

¹⁵ CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco, *Redacción para periodistas: Informar e interpretar*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ariel, Barcelona, 2004, p., 61.

Este concepto es válido en cuanto a que una noticia debe ser verdadera, inédita y actual¹⁶, porque son los elementos claves para que una noticia sea considerada como tal. Sin embargo, existe discrepancia con los autores cuando afirman que esta se comunica al público <<masivo>> una vez que ha sido recogida, interpretada y valorada por los sujetos promotores que controlan el medio más utilizado para la difusión del mensaje.

Aunque en nuestra realidad los sujetos promotores que controlan los medios nada tienen que ver con el periodismo, se debería considerar que el encargado de dicha tarea debe ser un periodista con experticia en el ámbito noticioso. De esta forma se garantiza, en gran parte, un proceso y tratamiento adecuado de la información. Es inadmisibles que el manejo y transmisión de noticias (periodísticamente hablando) quede en manos de neófitos o sujetos improvisados que desconocen el uso de la técnica y sus bondades, así como de los demás géneros periodísticos.

Para cerrar el capítulo del Concepto de la Noticia, se presenta a continuación dos concepciones que apoyan lo expuesto anteriormente:

“Su único propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo [...] Es el menos subjetivo de todos los géneros. En la noticia no se dan opiniones. Se informa el hecho y nada más. [...] La noticia debe redactarse sin interpretar”¹⁷

Entre los centenares de definiciones de la noticia que se han dado, yo me quedaría con estas:

- Lo inusitado y hasta diríamos que lo imposible.
- Lo que afecta a todos.
- Narración imparcial de las actividades de la mente y de los hombres.
- Relato de un hecho interesante, importante nuevo y verdadero.

¹⁶ Es válido destacar que en periodismo el término actual no es de exclusivo dominio del tiempo presente. Un hecho ocurrido en el pasado puede ser actual si se encuentran datos y pistas reveladoras para fomentar y esclarecer el mismo. Ej.: Datos informativos que ayuden a esclarecer el crimen de un presidente o, en su defecto, ayuden a encontrar al asesino. En este caso diremos que el asesinato ocurrido hace X cantidad de tiempo, y que tuvo relevancia en la sociedad, se vuelve actual al contar con nuevas informaciones que apoyen a la noticia.

¹⁷ PRIETO, Castillo, Daniel, “Palabra e Imágenes Para la Comunicación Impresa. Curso a Distancia en Comunicación Impresa”, Impresión: Artes Gráficas Silva, Quito, 1996, p., 128.

En un lugar común, dentro y fuera del periodismo, que la noticia debe responder a las seis preguntas clásicas “que”, “quién”, “cómo”, “dónde”, “cuando” y “por qué”. Es lo que se llama la regla de las seis W.¹⁸

Una vez que se ha realizado el recorrido a través de las diferentes posturas y conceptos de los autores, en cuanto al concepto de la Noticia, se propone manejar el siguiente criterio acerca de la misma: La Noticia puede considerarse como polisémica, de varios significados. Unos autores la entienden como el arte sensible de captar los hechos y transmitirlos al público. Otros autores la describen como una técnica usada para el acopio de datos.

Sin embargo se plantea, en este estudio, entender a la noticia como un suceso, hecho o acontecimiento de trascendencia e interés público que, mediante la correcta aplicación de su técnica, permite al periodista recolectar, sistematizar y ordenar datos adecuadamente para poder transmitirlos a la sociedad. Además, es importante tomar en cuenta que, en nuestro medio, la noticia tiene cumple una funcionalidad dentro de los dispositivos de control y vigilancia dentro de la agenda mediática.

1.3 Estructura de la Noticia

Con el afianzamiento mundial de la técnica del periodismo americano pregonando la pirámide invertida, y del paradigma objetivista; se adopta una estructura definida para la redacción de la noticia: LEAD+CUERPO+CIERRE. Desde aquel entonces: periodistas, medios, y sociedad se han familiarizado con esta estructura que, dicho sea de paso, casi no ha sufrido cambios desde finales del siglo XIX hasta la llegada de periodismo digital. El propósito de este esquema principalmente apunta a que la Noticia refleje y responda a las preguntas: qué, quién, cómo, dónde, cuándo, y por qué -las denominadas *Six Words*-.

¹⁸ CALVO, Hernando, Manuel, *Ciencia, Tecnología y Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Quito, 1971, p., 67.

A continuación se pone a consideración algunas de las estructuras clásicas y modificaciones de las pirámides expuestas por diferentes autores.

Los esquemas básicos de narración periodística son solamente tres [...]:

El primero es el llamado de “forma literaria” o estilo cronológico antiguo que seguía la sucesión, en orden descendente, de detalles de introducción, hechos de creciente importancia [...], culminación y finalmente desenlace.

El segundo es llamado “pirámide invertida modificada” y es en realidad una variante del estilo anterior, el cronológico, pues consiste en redactar una entrada a modo de sumario, un resumen del hecho [...].

Finalmente, el estilo moderno y el más cautivador es el de “pirámide invertida”, que deberá seguir la siguiente secuencia: culminación (entrada), hechos importantes de sostén, detalles interesantes y pormenores.¹⁹

De manera gráfica, dichas pirámides, se representan de la siguiente forma:

PIRÁMIDE DE FORMA LITERARIA

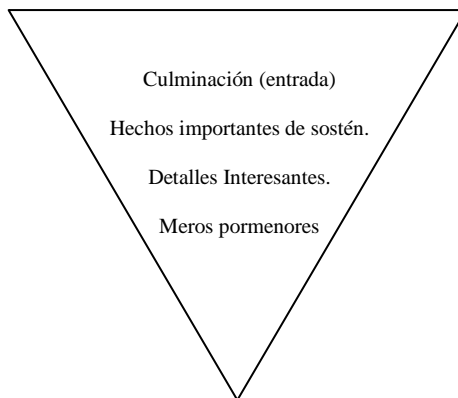


¹⁹ GARGUREVICH, Juan. Op. Cit. p. 44, 45.

PIRÁMIDE INVERTIDA MODIFICADA



PIRÁMIDE INVERTIDA



Existen también esquemas enfocados en resolver e identificar los pormenores del: qué, quién, cómo, cuándo y por qué, en la entrada de la nota periodística. Tal es el caso que plantea el periodista José Benítez, basando su postura en que una vez detalladas las preguntas iniciales, luego en los párrafos subsiguientes, se dedicará cada uno a absolver la pregunta en una manera rigurosa. De esta forma, se logra una estructura de tipo aritmética; es decir, si se tiene una entrada compuesta por cuatro preguntas, el cuerpo deberá estar constituido de cuatro párrafos.

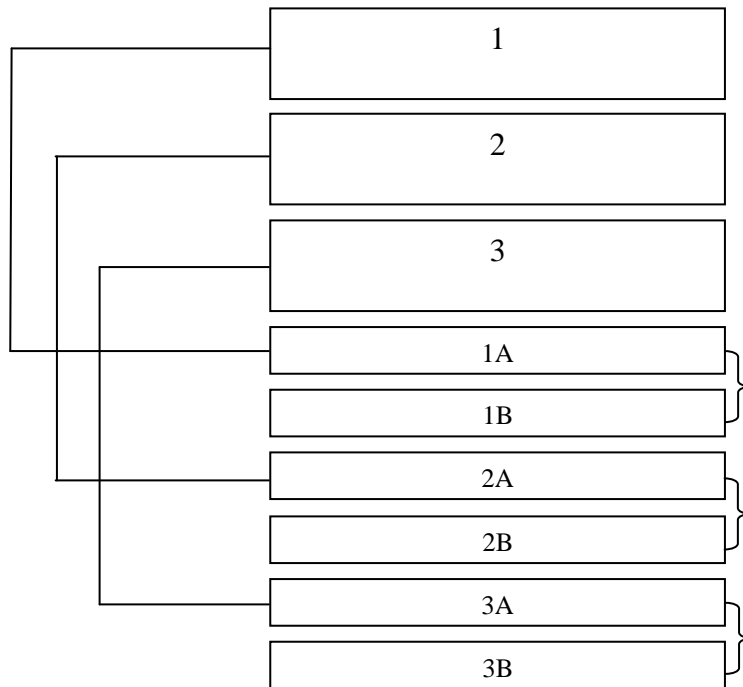


Otros esquemas, en cambio, apuntan a la redacción de párrafos cortos debido a que la multiplicidad de hechos así lo exige. Los denominados relatos complejos pueden ser entendidos también como aritméticos, debido a que los hechos mencionados en los primeros párrafos de identificación se profundizan proporcionalmente en los párrafos explicativos o secundarios. Esta es otra de las alternativas que posee el profesional para dar forma a su quehacer periodístico.

Benítez propone también otro esquema para lo que llama “relatos complejos”, que obligan a que la entrada contenga hechos múltiples (tabulares, aritméticos) y sea redactada en dos o tres párrafos cortos. El estilo de entrada de varios párrafos cortos, se ha venido utilizando mucho en el periodismo y especialmente en el sensacionalista [...] La brevedad de redacción obliga, como bien plantea Benítez, a explicar los párrafos correspondientes al cuerpo de la noticia, cada uno de los datos contenidos en la entrada múltiple.²⁰

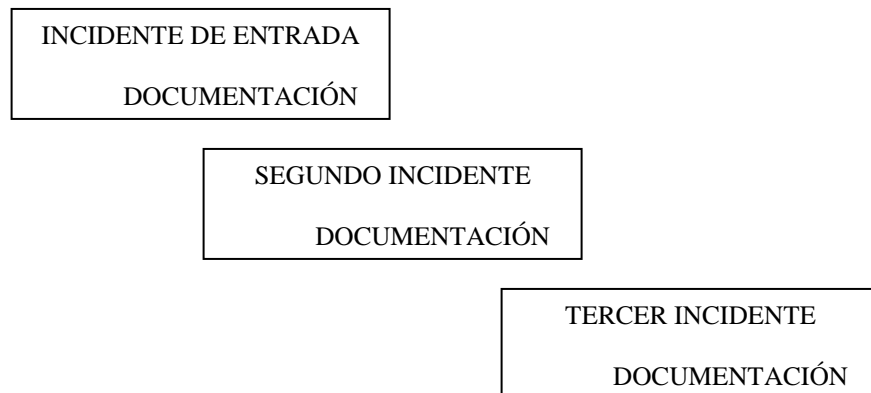
²⁰ GARGUREVICH, Juan. Op. Cit. p.45.

ESQUEMA DE RELATOS COMPLEJOS



John Hohenberg es otro autor que brinda una alternativa esquemática al momento de trabajar las noticias. Postula que una forma simple para organizar la noticia es basarla y desarrollarla en la entrada de un solo incidente con su correspondiente documentación. Dicha organización puede ser diagramada en forma de escalera.

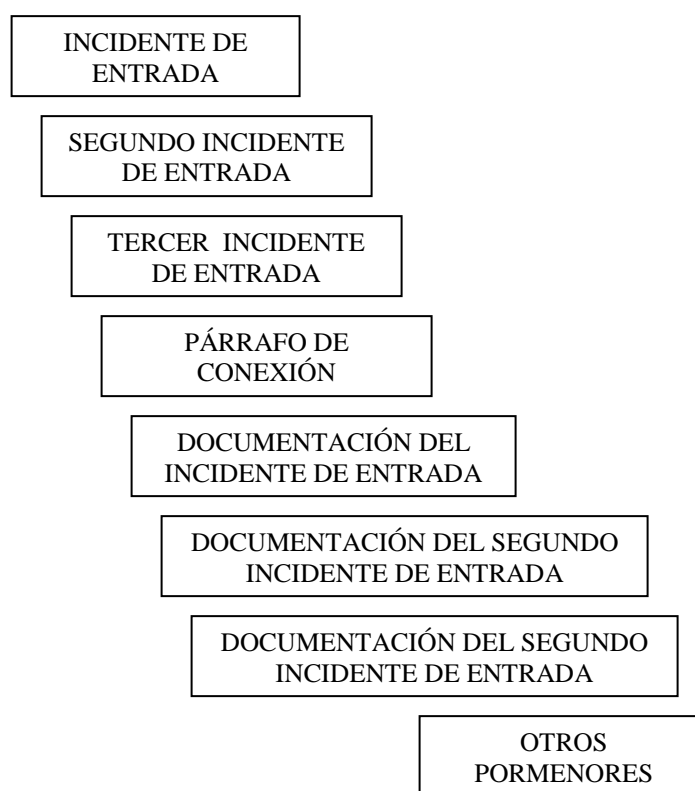
ENTRADA DE UN SOLO INCIDENTE



Así mismo, Hohenberg, analiza la estructura de lo que denomina “Entrada de incidentes múltiples”, sobre la cual detalla las siguientes características:

“La nota [...] con varios aspectos que deben ser subrayados al principio de la entrada, y documentados posteriormente, se convierte en algo que requiere una organización complicada. Una vez más, la selección de ideas periodísticas que es preciso resaltar constituye la clave del espacio que se necesitará”.²¹

ENTRADA DE INCIDENTES MÚLTIPLES



Por otro lado, se puede analizar distintos tipos de diagramación o estructura de la nota periodística en base a la organización de los datos, hechos y declaraciones recogidas por el periodista en el lugar de los acontecimientos. Todos estos sucesos pueden ser ordenados y sistematizados, dentro de estructuras definidas, de tal forma que

²¹ GARGUREVICH, Juan, *Géneros Periodísticos*, 1^{ra}. Edición, Editorial Belén, Quito, 1982. p. 46. Tomado de HOHENBERG, John, *El periodista Profesional*.

puedan ser ubicados en una base concreta. Además ayuda al profesional a dar formas definidas a los datos recolectados en el trabajo de campo.

Carl Warren, en base al esquema de la pirámide invertida, replantea esta idea proponiendo clasificar a la información periodística en tres tipos:

1. La información de acontecimiento.
2. Un artículo de acción. La información de acción.
3. La información de citas o declaraciones.

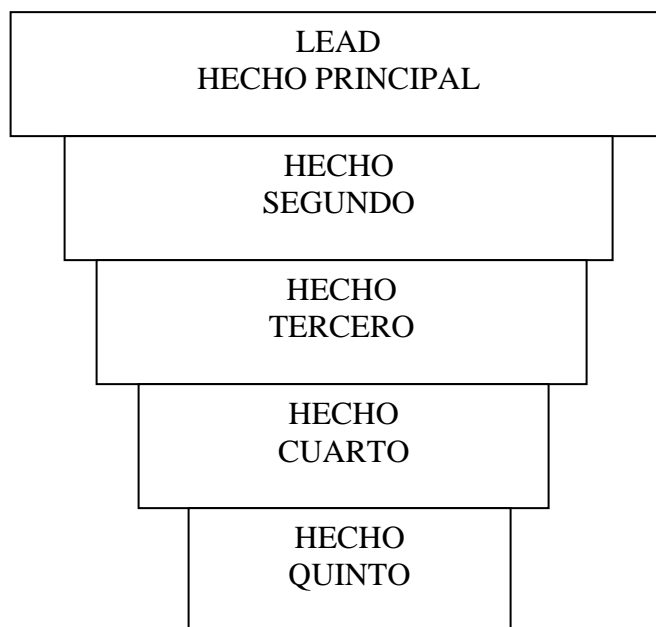
Conjuntando los hechos: La simple exposición, que representa un hecho o una serie de hechos y cifras interrelacionados, corresponde directamente a la imagen de la pirámide invertida. Las partes integrantes -hecho uno, hecho dos, hechos tres, etcétera-, pueden compararse con rectángulos de longitud decreciente, superpuestos de acuerdo con su importancia. [...]

Las fases de una información de acción: Una noticia de acción, que no sólo incluye simples hechos, sino también incidentes dramáticos, descripciones de personas [...], resulta mucho más difícil de escribir. [...] Para que una noticia resulte eficaz, es necesario que sus diversas fases encajen perfectamente, a veces a expensas de un rápido desarrollo narrativo. [...] Se trata de narrar completa y brevemente el incidente en el *lead*, luego reiterarlo con más detalles y, por último, volver a repetir la narración en forma aún más detallada. [...]

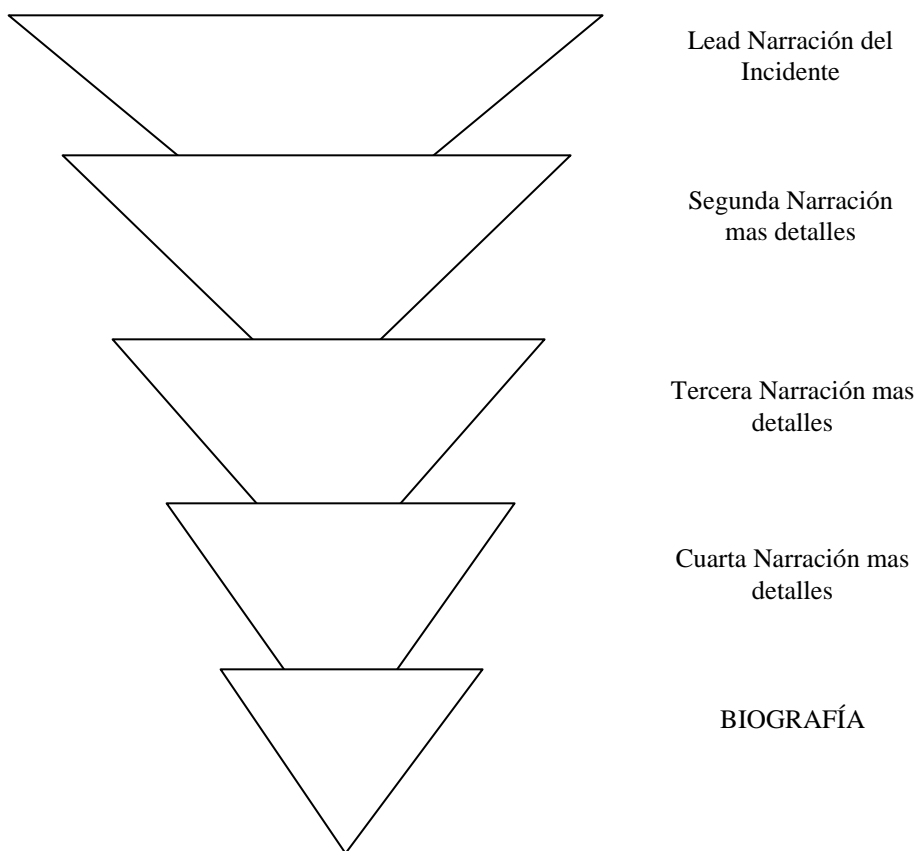
Escoger e intercalar declaraciones: Los discursos, las declaraciones públicas, las cartas y, hasta las entrevistas de determinada extensión, pueden incluirse de un punto de vista estructural, en la categoría de información de declaraciones. [...] Una estructura muy habitual, diagramada según rectángulos grandes y pequeños alternados y de tamaño decreciente, puede clasificarse como la modalidad sumario-diálogo. La estructura consiste en párrafos directamente tomados de la declaración, intercalados y enlazados con citas indirectas, pasajes, parafraseados y resúmenes.²²

²² WARREN, Carl. Op. Cit. p. 134, 136, 140.

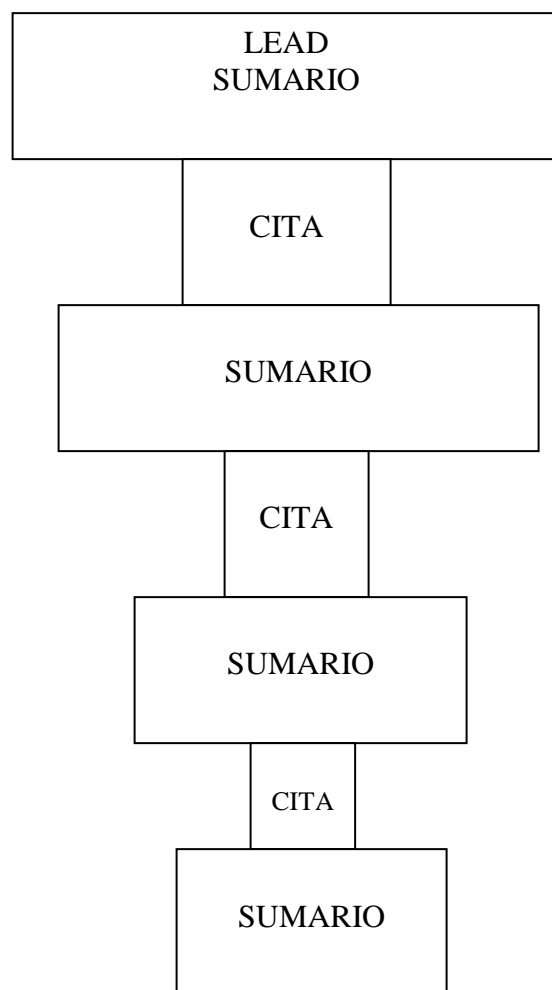
INFORMACIÓN DE ACONTECIMIENTO



INFORMACIÓN DE ACCIÓN



INFORMACIÓN DE CITAS



1.4 Clases de Nota Informativa

Existen varias clasificaciones y tipos de noticias que los autores y teóricos han desarrollado acerca de la misma. Algunos las encajonan por determinadas situaciones geográficas, sociales y culturales; otros, en cambio, prefieren clasificarlas por el grado de interés e impacto que causan en la sociedad. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que el abanico de posibilidades para clasificar a la nota informativa comprende un campo muy abierto que puede ser ampliado.

En un primer acercamiento a la clasificación de las noticias nos encontramos con las denominadas noticias duras, basadas en acontecimientos de impacto, relacionadas estrictamente con la actualidad; y las noticias blandas, basadas en ideas, tendencias, recorridos temáticos; que no implican una estricta novedad y que suelen ser programadas y planificadas.²³

La diferenciación entre noticias blandas y duras, evidencia la tipología de tratamiento que se da a la información que llega, a través del periodista, al medio de comunicación. Es decir, que mientras las noticias de tipo blandas pueden ser tratadas, programadas y planificadas debido a que no implican un impacto de acontecimiento; las notas de tipo duras deben ser llevadas a consideración del público de una manera más inmediata, debido al interés social y mediático que representan.

Héctor Borrat (1989: 118) nos habla de:

- Noticia súbita, la noticia imprevisible de un hecho.
- Noticia previsible, anunciada por los propios actores de la información.
- Noticias en desarrollo: cuando la naturaleza del hecho noticiable genera nuevas informaciones que profundizan en él.
- Noticias de seguimiento: la naturaleza del hecho se inscribe en un proceso de cobertura informativa continuada.²⁴

El autor propone nuevas formas de noticias. En este caso las de desarrollo y seguimiento, en donde el bagaje y desenvolvimiento de las mismas requiere de una cobertura periodística continua y, además, demanda de una profundización en torno a un hecho noticioso de significativa importancia. Un claro ejemplo de este tipo de noticias son las cumbres políticas que se desarrollan en determinado lugar; en donde, del acontecimiento central, se genera una serie de hechos en torno al mismo.

También se pueden identificar un sinnúmero de clasificaciones o tipos de noticias que responden, como ya se lo ha señalado, a situaciones y escenarios propios de la realidad social y cultural. A continuación se propone una clasificación de los tipos de

²³ CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco. Op. Cit. p. 170

²⁴ CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco, *Redacción para periodistas: Informar e interpretar*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ariel, Barcelona, 2004, p. 170. Tomado de BORRAT, Héctor, *El periódico, actor político*, p. 118.

noticias, elaborada en base a las ponencias de los autores y a la investigación bibliográfica obtenida a partir del estudio.

- Noticias de sumario: Son aquellas noticias que provienen de una sola fuente e informan sobre una variedad de temas. Su uso en los rotativos depende de dos factores: del espacio y de la política propia del medio.
- Noticias cronológicas: Son utilizadas cuando el elemento cronológico-temporal representa un material informativo determinado. Por ejemplo datos históricos, datos bibliográficos, semblanzas. Son utilizadas como complemento de una noticia principal.
- Noticias de situación: Es una de las noticias más completas en el abanico informativo. Se sitúa dentro de la denuncia y la prevención, por ello suele tener información bien contextualizada. Abarca gran variedad de temas sociales, políticos y culturales.
- Noticias complementarias: Aquellas que complementan a otra noticia principal. Se ubican cerca de la información primaria y son de carácter explicativas.
- Noticia espacial: Presenta dos matices o posibilidades. Cuando un hecho relevante se desarrolla en lugares geográficos diferentes, como las Olimpiadas; o cuando un mismo tema se trata desde diferentes lugares.
- Notas directas y de creación: Tienen como objeto informar y transmitir el acontecer de un hecho actual al público. Son trabajadas en base a tres objetivos específicos: a) entretener; b) complementar información y; c) incorporar nuevas formas de narración y lenguaje en periodismo.

Un punto importante a resaltar en esta parte del trabajo es, precisamente, la labor que tiene que cumplir el periodista en la cobertura del hecho noticioso. Al momento de realizar la sistematización y el tratamiento mismo de la información, el profesional, se enfrenta algunas veces a un material simple de entender y procesar; en otras ocasiones, tiene que manejar un material denso que requiere de conocimientos específicos. Es por esto que justamente nace la necesidad de que el periodista se especialice en un campo de conocimiento determinado.

CLASES DE NOTA INFORMATIVA

En primer lugar, existen dos clases fundamentales de notas informativas: previsibles e imprevisibles.

Las “previsibles” son aquellas anunciadas con anticipación y que realmente son la mayoría -ceremonias, discursos, marchas- [...]

Las “imprevisibles”, en cambio, son las que surgen en cualquier momento y que tienen característica de sorpresa; es lo “disfuncional”

A la vez, cada una de estas clases de notas pueden dividirse en dos subgrupos: simples y complejas.

Las “simples” son aquellas que contienen noticias directas, constatables personal y físicamente por el redactor [...], no requieren mayormente de conocimiento de antecedentes por parte del periodista.

Las “complejas” en cambio, necesitan de mayor explicación y, sobretodo, en contraste con las simples, de conocimiento especializado por el redactor. [...]²⁵

Otra de las clasificaciones depuradas, en cuanto a los tipos de noticias, es realizada por M. Casasús en el año de 1988. Dentro de esta se pueden localizar varios aspectos a tomar en cuenta a la hora de clasificar las notas o elaborar nuevos tipos.

- a) Desde el prisma de su irrupción:
 - Fortuitas: Tratan de un hecho imprevisto sin que se haya pensado en él.
 - Previsibles: Susceptibles de ser conjeturadas con anticipación.
 - Programadas: Su desarrollo está previsto con antelación.
- b) En referencia a su contenido:
 - Noticias de interés humano: Tienen un alto grado de elementos que causan emoción. [...] Provocan complicitad en el lector.
 - Noticias de interés público: Temas de objetivo interés para la sociedad.
- c) Según la fuente utilizada:
 - Oficiales: Proviene de personas que informan en su calidad de representantes públicos.
 - Oficiosas: Las fuentes solicitan al periodista la reserva de la persona que ha revelado la información.
 - Extraoficiales: Las fuentes no están vinculadas a la institución objeto de la información.

²⁵ GARGUREVICH, Juan. Op. Cit. p.38, 39.

- d) Según la proximidad de la fuente utilizada:
 - De primer nivel: El periodista ha tenido acceso directo a un hecho, documento o información.
 - De segundo, tercero o niveles sucesivos: Noticias que han llegado al medio a través de un canal no directo.
- e) De acuerdo con la complejidad de la estructura de la noticia:
 - Noticia simple: Recogen un solo acontecimiento o idea básica.
 - Noticia múltiple: Contienen más de un acontecimiento o más de una idea.
- f) Según la función informativa:
 - Directa: Sólo pretende informar. Trata los acontecimientos con inmediatez, de forma séptica, objetivista.
 - De creación: Además de informar, no olvidan las clásicas funciones de entretener, dar sentido.
 - De situación: Anticipan el conocimiento de los problemas de la sociedad, ofrecen un servicio.
 - Complementarias: Complementan o acompañan a una noticia principal.
 - De contexto: Describen el contorno psicológico y psíquico de los acontecimientos.
- g) Según el esquema redaccional:
 - De sumario: Informan sobre diversos asuntos que provienen de una única fuente.
 - Cronológica: Describen la evolución de un acontecimiento o el desarrollo de varios sobre la correspondencia del orden natural de los mismos.
 - De citas: Incluyen textos de documentos o referencias a declaraciones o manifestaciones orales.
 - Espaciales: Informan de diversos hechos que han ocurrido en diversos lugares pero vinculados entre sí.
 - De continuidad: Se refieren a un asunto o asuntos de los que ya se ha informado.

1.5 La Técnica Periodística

Vale resaltar, que en sí, el periodismo es considerado como una técnica de la comunicación social. Además, busca acercar la realidad y los hechos a la sociedad a través de diversas formas y expresiones utilizadas por los periodistas. Es así que la técnica periodística, se la puede entender como un abanico de posibilidades para compartir la realidad mediante la plataforma de los géneros periodísticos.

Los géneros periodísticos pueden ser entendidos como una convención de los profesionales del periodismo, que sirven como puente y canal de expresión para transmitir la realidad. Dentro de los mismos, se maneja dos conceptos fundamentales para su desarrollo: géneros objetivos y géneros de opinión. Entre los primeros, el periodista es considerado como un ente transmisor de los hechos y no emite juicios de valor ni decreta opiniones. Los géneros de opinión, se consideran un poco más libres debido a que el periodista puede emitir criterios y juicios de valor. Sin embargo, los géneros de opinión conllevan una gran responsabilidad, ya que el periodista debe contrastar los hechos con sus criterios personales; tarea generalmente exhaustiva y encargada a periodistas recorridos o a profesionales especializados.

Se ha mencionado ya la imposibilidad de ser absolutamente objetivo, sin embargo, el periodista debe respetar la técnica de cada género -sin convertirlo en dogma o doctrina- y plantear eficazmente los hechos que suceden a su alrededor. Solo con el conocimiento oportuno de los géneros y sus fines, el periodista podrá manejar adecuadamente las bondades de la técnica periodística.

A continuación, los géneros periodísticos más importantes dentro del ejercicio periodístico:

La Nota Informativa

La noticia puede considerarse como polisémica, de varios significados. Algunos autores la entienden como el arte sensible de captar los hechos y transmitirlos al público. Otros la describen una técnica empírica utilizada para el acopio de datos. En el presente estudio se entiende a la noticia como un suceso, hecho o acontecimiento de trascendencia e interés público que, a través del uso adecuado de la técnica, permite al periodista recolectar, sistematizar y ordenar los datos adecuadamente para transmitirlos a la sociedad.

El Reportaje

Es el mayor género del periodismo, es el más complejo de todos. (Se lo entiende) como un relato, como un informe (...), como la exposición detallada y documentada de un suceso, de un problema, de una determinada situación social de interés público. (...) El reportaje profundiza en la causa de los hechos, explica los pormenores, analiza caracteres, reproduce ambientes.²⁶

Reportaje, voz francesa de origen inglés y adaptada al español, proviene del verbo latino *reportare*, que significa traer o llevar una noticia [...] Podría ser, pues, definido el reportaje como relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés humano; o también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista.²⁷

El reportaje es un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambiente, color, y que, fundamentalmente, tiene carácter descriptivo. [...] El reportaje parte de una recreación de algo que fue noticia y que en su momento no pudimos o no quisimos abarcar por completo.²⁸

La Entrevista

Se llama así a la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado. (...) A través del dialogo se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios. (...) A la entrevista que recoge informaciones se la llama **de informaciones**; a la que principalmente recoge opiniones y juicios se la llama **de opinión**, y a la que sirve para que el periodista realice un retrato psicológico y físico del entrevistado, se llama **de semblanza**.²⁹

Las entrevistas [...] son uno de los insumos fundamentales del periodismo y los medios. [...] Es justo describir la entrevista como una nota que trae la vibración de un personaje, su respiración, sus puntos de vista y su naturaleza. La realidad de la tarea se ubica en el inquietante cruce entre aquella dura intrusión y este encuentro lleno de calor personal.³⁰

²⁶ PRIETO, Castillo, Daniel, "Palabra e Imágenes Para la Comunicación Impresa. Curso a Distancia en Comunicación Impresa", Impresión: Artes Gráficas Silva, Quito, 1996, p., 127. Tomado de LEÑERO, Vicente, y, MARÍN, Carlos, *Manual de Periodismo*.

²⁷ VIVALDI, Martín. Op. Cit. p. 65.

²⁸ GRIJELMO, Álex. Op. Cit. p. 66.

²⁹ PRIETO, Castillo, Daniel, "Palabra e Imágenes Para la Comunicación Impresa. Curso a Distancia en Comunicación Impresa", Impresión: Artes Gráficas Silva, Quito, 1996, p., 127. Tomado de LEÑERO, Vicente, y, MARÍN, Carlos, *Manual de Periodismo*.

³⁰ HALPERÍN, Jorge, *La Entrevista Periodística: Intimidades de la Conversación Pública*, 1^{ra}. Edición, Editorial Aguilar, Buenos Aires, 2008, p. 19, 20.

Llamamos entrevista objetiva a aquella en la que el periodista se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta. [...], se excluyen en ella los comentarios o las descripciones interpretativas en torno al entrevistado. No obstante, toda entrevista objetiva ha de estar encabezada por una entradilla o presentación donde se enmarca al personaje.³¹

La Crónica

Es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las opiniones del cronista. [...] se emplea para recrear la atmósfera en que se produce determinado suceso. [...] Los autores reconocen la crónica informativa, crónica opinativa, y crónica interpretativa.³²

Crónica deriva de la voz griega *cronos*, que significa tiempo. [...] Periodísticamente, la crónica conserva el entronque típico con lo temporal, con lo cronológico. [...] La crónica periodística es, en esencia, una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado.³³

Podemos definir la crónica como la narración directa e inmediata de un hecho noticioso con la incorporación de ciertos elementos valorativos, que siempre deben ser secundarios respecto al desarrollo objetivista del acontecimiento principal. La crónica intenta reflejar lo acaecido entre dos fechas: de ahí viene su origen etimológico en la Historia de la literatura (del vocablo griego *khrónos*, tiempo).³⁴

En un leve recorrido se ha descrito, brevemente, los géneros periodísticos más relevantes y los conceptos de cada uno de ellos, a través de la óptica de diferentes autores. Sin embargo, cabe apuntar que además de los géneros aquí nombrados, existe una gran variedad de subgéneros y otras clasificaciones sugeridas por diferentes autores. Así por ejemplo podemos nombrar a los siguientes: *editorial* (que es la voz oficial del medio), *glosa* (que es la explicación, interpretación o comentario de un texto o documento), *foto-reportaje* (que se considera como un registro visual, a través de la fotografía, de un hecho de interés público y digno de ser reportado, sin necesidad de ser explicado mediante texto), entre otros. De todas formas se puede apuntar que los cuatro

³¹ GRIJELMO, Álex. Op. Cit. p. 58.

³² PRIETO, Castillo, Daniel. Op. Cit. p. 127.

³³ VIVALDI, Martín. Op. Cit. p. 123, 126, 128, 129.

³⁴ CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco. Op. Cit. p. 65.

géneros periodísticos clásicos son los siguientes: *la noticia, el reportaje, crónica y el artículo o comentario.*

Cabe puntualizar, además, que con el advenimiento del mundo cibernético y del internet, se puede ampliar aún más las categorizaciones de géneros periodísticos de vanguardia. ***La interactividad*** es la clave del periodismo digital –posiblemente un nuevo género periodístico- en donde, el periodista ya no es un mero transmisor de informaciones, sino que se convierte en un mediador, y tiene la responsabilidad de ser un organizador de contenidos que podrán ser discutidos por el público a través de foros, chats y correos electrónicos.

La hipertextualidad, que permite al periodista redactar cientos de párrafos en un espacio casi infinito, constituye una ventaja que debe ser aprovechada para la ubicación y tratamiento de temas que requieran profundidad y análisis. Sin embargo, no debe ser utilizada para rellenar meros espacios o aburrir a los lectores con contenidos vacíos o de aglutinamiento de temáticas confusas. Por ello, es importante la planificación en conjunto entre periodistas y jefes de redacción para la planificación de temas válidos a la hora de la publicación web.

Finalmente, el periodista digital debe entender que el posible lector tiene el poder de elegir los contenidos que desea leer y, además, personalizar su cuenta de acceso -en la mayoría de casos- con el fin de protegerse de contenidos no deseados. De igual manera el medio que incursiona en el mundo digital puede ofrecer un sinnúmero de alternativas para mostrar sus contenidos, ya que el internet es un multimedio y; a través de este, se puede ver, leer, escuchar y opinar.

II. PRINCIPALES TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

2.1 Paradigma Funcionalista

La comunicación sufre una considerable transformación en el siglo XIX con la llegada de los sistemas técnico-comunicativos. El objetivo principal de estos sistemas se centra en dos ejes: integrar a la sociedad humana y, crear funciones de los organismos vivos de la sociedad -en este caso los hombres-. Es decir, estructura una sociedad dentro de un aparato estable y brinda a los sujetos funciones definidas, con el fin de sostener dicho aparato.

Con la división del trabajo y los nuevos medios de comunicación: marítimos, terrestres y fluviales, se instaura en las nuevas ciudades o *cosmópolis* un crecimiento y un avance progresivo a grandes escalas. La ciencia económica, desarrollada en gran parte por la escuela clásica inglesa, analiza las diferentes líneas de intercambio entre la tierra, el hombre y sus componentes; de lo cual, se desprende una visión macroscópica de la economía que se manifiesta a través de flujos y reflujos, haciendo eco a la libre circulación de capitales.

En base a esta teoría económica, Claude Henri de Saint-Simon, traslada la idea del organismo vivo y del libre flujo-reflujo al campo social. Sistematiza un concepto denominado “fisiología social”, donde la sociedad es vista como una red de organismos vinculados; además apunta a una reorganización social que abra una ruta del gobierno de los hombres hacia la administración de las cosas. En cuanto a esquema teórico, Saint-Simon, armoniza las ideas centrales de: organismo social, entendido como un tejido orgánico, por un lado y, un sistema industrial con administración.

Herbert Spencer propone un avance significativo al concepto enunciado por Saint-Simon. Profundiza su estudio entre la continuidad del orden biológico y del orden social, donde el trabajo y el progreso van a la par; y el avance, siempre orientado, de lo simple a lo complejo y de lo homogéneo a lo heterogéneo. En este proceso la sociedad

industrial es el cuerpo mismo de la sociedad orgánica e integra coherentemente funciones definidas, partes independientes y sus regulaciones.

Bajo estas premisas se da forma a una idea general de una ciencia positiva. Auguste Comte inaugura un proyecto que bautizó bajo el nombre de <<física social>> que, según sus ideales, representa la verdadera ciencia para el desarrollo de la sociedad. Este proyecto amalgama los conceptos de división de trabajo con el desarrollo progresivo a gran escala. La historia de la humanidad, para el positivismo, es entendida en tres partes: edad teológica o ficticia, edad metafísica o abstracta y, por último, positivismo-científico.

Además, Comte, enfatizó en el principio de especialización. Afirmó que la división de trabajo en las sociedades positivas se caracteriza justamente por este principio; el cuál, daba un marco de profundidad a las funciones ejercidas por sus partes, dando paso a la evolución social. También recalcó que la división de funciones, realizadas por los hombres, podrían no solamente brindar estabilidad a la sociedad sino que podrían derivar en una posible desorganización -disfunción-. Sin embargo creía profundamente en una sociedad armónica y estable a través de su física social.

La llegada de la edad del positivismo-científico es la que determina y establece la sociedad industrial, brindando las luces a una organización humana útil, donde la realidad es entendida únicamente bajo las expresiones científicas probadas. Así, todo lo que este por fuera de este entendimiento concreto es considerado inválido para el progreso; que dicho sea de paso, es de carácter centralista. Trabajando en una lógica desde adentro hacia afuera, el desarrollo se manifiesta siempre desde las *cosmópolis* -centro- y avanza, con sus valores, hacia las ciudades periféricas.

Al final del siglo XIX, el modelo de biologización de lo social se ha transformado en la idea general para caracterizar los sistemas de comunicación como agentes de desarrollo y civilización [...] <<El Estado es un organismo anclado en el suelo>>, y esta ciencia se propone estudiar las relaciones orgánicas que el Estado mantiene con el territorio. Redes y circuitos, intercambio, interacción, movilidad son expresiones de la energía vital; redes y

circuitos <<vitalizan>> el territorio. En esta reflexión sobre la dimensión espacial del poder, el espacio se convierte en el espacio vital.³⁵

El funcionalismo es el resultado de muchas corrientes y variaciones metodológicas elaboradas por un conjunto de autores que lo han perfeccionado y adecuado a los escenarios históricos de la humanidad y se han alineado en el ámbito de las Ciencias de la Sociedad. Las líneas centrales de este pensamiento fueron construidas con base a las propuestas de Emilio Durheim, fundador de la Sociología.³⁶

Durkheim se propuso demostrar que la división del trabajo es la fuente principal de la *solidaridad social*, y que si la primera sufre alguna modificación [...], las fuerzas que mantienen unida a la sociedad se ven también afectadas. La solidaridad tiene que ver con la clase de lazos psicológicos sociales que unen a los miembros de una sociedad [...] La división del trabajo significaba para Durkheim algo más que el grado de especialización presente en las instituciones económicas.³⁷

El *funcionalismo* piensa la sociedad como una unidad orgánica en la que los diferentes elementos que la componen cumplen una función (y papel), es decir que, desarrollan una “conducta esperada” que invariablemente implica una contribución a la pervivencia del sistema social. Así, la corriente funcionalista se ocupa de conocer cuáles son los elementos del todo y qué funciones desempeñan, además de que mide el grado en que son o no cumplidas dichas funciones e investiga la forma en que esos rendimientos pueden ser mejorados, siempre con vista a perpetuar, en lo esencial, el estado de cosas presentes.³⁸

El término *estructura* se refiere desde luego a la manera en que son organizadas las actividades repetitivas de una sociedad. La conducta familiar, la actividad económica, las actividades políticas, [...] y muchas otras formas de la actividad social aparecen sumamente organizadas desde la perspectiva de la conducta.

El término *función* alude a la contribución que realiza una forma particular de una actividad repetitiva, a fin de mantener la estabilidad o el equilibrio de la sociedad.³⁹

Robert Merton [...] resumió como sigue los postulados del funcionalismo estructural en lo relativo a la naturaleza de la sociedad:

³⁵ MATTELART, Armand, y Michéle, *Historias de las Teorías de la Comunicación*, 1^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1997, p. 17.

³⁶ MADRID, Dimitri, “*Epistemología de la Comunicación*” Módulo Académico. Universidad Politécnica Salesiana, p.10.

³⁷ DE FLEUR, Melvin, *Teorías de la Comunicación Masiva*, 2^{da} Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1970, p. 159.

³⁸ TORRICO, Erick, *La Tesis en Comunicación, elementos para elaborarla*, La Paz-Bolivia, 1997, p. 32.

³⁹ DE FLEUR, Melvin, y BALL-ROKEACH, Sandra, *Teorías de la Comunicación de Masas*, 5^{ta}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1993, p. 55, 56.

1. Una sociedad puede ser concebida como un sistema de partes interrelacionadas; es una organización de actividades interconectadas, repetitivas y acordes a un esquema.
2. Tal sociedad tiende naturalmente a alcanzar un estado de equilibrio dinámico; si se produce una falta de armonía, aparecerán fuerzas tendentes a restaurar la estabilidad.
3. Todas las actividades repetitivas dentro de una sociedad realizan alguna contribución a un estado de equilibrio; en otras palabras, todas las formas persistentes de una acción, acorde a una pauta, desempeñan un papel en mantener la estabilidad del sistema.
4. Cuando menos algunas de las acciones repetitivas y acordes a una pauta, dentro de una sociedad, son indispensables para su existencia continuada [...].⁴⁰

2.1.1 Escuela de Chicago

Se alinea principalmente con el empirismo. Las técnicas utilizadas por la corriente empirista de la Escuela de Chicago, también conocida como escuela americana, son de carácter cuantitativo y tienen su base en la sociedad misma; es decir, las ciudades son entendidas como un gran <<laboratorio social>> dentro del cual, los científicos y teóricos de la comunicación estudian comportamientos, reacciones y estados anímicos de predisposición frente a un incitación o estímulo determinado.

Acorde con las ideas positivistas del funcionalismo, la Escuela de Chicago, centra su estudio en los comportamientos psicológicos de los componentes del organismo vivo de la sociedad, que en este caso vienen a ser los individuos. De esta manera y con la profundización de los estudios, cuyo interés se centra en los efectos y consecuencias de los medios masivos, es cómo nacen en comunicación los conceptos de: audiencias, estímulo-respuesta, homogeneidad, propaganda, personalidad urbana, movilidad y otros.

El *funcionalismo* es la corriente con la que, en la práctica, surgió la investigación de la comunicación. Su preocupación central tiene que ver con

⁴⁰ DE FLEUR, Melvin, y BALL-ROKEACH, Sandra, *Teorías de la Comunicación de Masas*, 5^{ta}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1993. Tomado de MERTON, Robert, *Social Theory and Social Structure*, p. 19-84.

las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social. Por ello es que también se conoce a esta propuesta teórico-metodológica como medio-lógica, es decir, interesada prioritariamente en el estudio de los media y sus efectos.⁴¹

Es fundamental señalar que los medios de comunicación masivos se desarrollan, precisamente, gracias a las ideas, metodologías y técnicas propuestas en la Escuela de Chicago, teniendo como idea central promover la democracia social. Además de brindar y dotar a dichos medios de funciones definidas para su desenvolvimiento en la nueva sociedad.

Por otra parte, se pueden señalar cinco elementos importantes para entender el desarrollo social desde la perspectiva americana: *conocer los elementos* de dicha sociedad, *saber las funciones que desempeñan*, *medir el rendimiento de las funciones* desempeñadas, *capacitar a los componentes* que cumplen una función y, *mantener el orden*.

Finalmente, y con la necesidad de perpetuar un *status quo*, los medios masivos de comunicación -prensa, radio y televisión-, se convierten en la base para regularizar comportamientos y homogenizar conciencias del público hacia el cuál se dirige. Es así que nace la célebre tríada de las funciones de los medios: INFORMAR, EDUCAR, ENTRETENER. A partir de esta concepción es como se explica la comunicación lineal de la postura funcionalista, donde el receptor es pensado tan solo como un ente receptivo del mensaje deseado.

Esta experiencia también es conocida en la academia como: “*Mass Communication Research*.”

La primera pieza del dispositivo conceptual de la *Mass Communication Research* data de 1927. Es el libro de Harold D. Lasswell [...] *Propaganda Techniques in the World War* [...] Los medios de difusión han aparecido como instrumentos indispensables para la <<gestión gubernamental de las opiniones>> [...], Han avanzado considerablemente las técnicas de

⁴¹ TORRICO, Erick. Op. Cit. p. 35.

comunicación, desde el telégrafo y el teléfono al cine, pasando por la radiocomunicación. En adelante, para Lasswell, propaganda y democracia van de la mano. La propaganda constituye el único medio de suscitar la adhesión de las masas.⁴²

La gran Guerra fue el escenario propicio para impulsar los criterios de estímulo en la sociedad. La necesidad de movilizar voluntades que se sumaran al servicio militar por un lado y, la necesidad de generar sentimientos patrióticos nacionalistas y enaltecer la moral de los ciudadanos, por otro, confluyeron en la creación de mensajes de carácter persuasivo que estimularan las conciencias colectivas. De esta manera comenzaron las campañas de difusiones masivas a través de cualquier medio: noticiarios, películas, libros, discursos, entre otros para gestionar un pensamiento uniforme en la opinión pública.

Harold Lasswell, en su concepción, atribuyó un carácter instrumentalista a los medios de comunicación con el fin de gestionar opiniones. Por esta razón, liga el concepto de propaganda al concepto de democracia; y bajo esta lógica, los medios encarnan una fuerza omnipotente en el ejercicio de la democracia. Cabe aclarar que la propaganda, según Lasswell, es una técnica -ni buena ni mala- para la circulación de símbolos eficaces que se transmiten a través de los medios de comunicación.

Según la teoría de la aguja hipodérmica el medio actúa como efecto directo o indirecto, a través del esquema de estímulo-respuesta, generando sobre los individuos comportamientos autómatas predeterminados por un mensaje.

La teoría mecanicista E-R, (estímulo-respuesta), sobre los medios como poderosos instrumentos parecía irrefutablemente válida. La misma sostenía que los miembros individuales de la masa eran sometidos uniformemente a fuertes estímulos; estos liberaban instintos, emociones y otros procesos sobre los que los individuos tenían escaso control. A causa de la naturaleza hereditaria de esos mecanismos, las respuestas de las personas eran más o menos uniformes.⁴³

⁴² MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 28.

⁴³ DE FLEUR, Melvin. Op. Cit. p. 172.

“¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto? Con esta fórmula [...] Lasswell dota de un marco conceptual a la sociología funcionalista de los medios de comunicación [...] Esta técnica de investigación aspira a la <<descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones>>.”⁴⁴

Según Lasswell, el proceso de comunicación cumple tres funciones principales en la sociedad: <<a) la vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen; b) la puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno; c) la transmisión de la herencia social>>.”⁴⁵

Otro sociólogo que brindó su aporte al paradigma funcionalista, dentro de la teoría de la comunicación, es Paul F. Lazarsfeld. En referencia a los estudios realizados por Lasswell, este autor, incluye una cuarta función en el proceso de la comunicación: “El Entretenimiento *-entertainment-*”; cuya acción es reproducida, obviamente, a través de la señal omnipotente de los medios de comunicación. Esta nueva función, aunque causa una mayor complejidad al proceso comunicativo, se vincula directamente a las funciones sugeridas por Lasswell -especialmente con las dos últimas-.

Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton, añaden a estas tres funciones una cuarta, *el entertainment* o entretenimiento, y complican el esquema distinguiendo la posibilidad de disfunciones, así como de funciones manifiestas. [...] Conciben las funciones como consecuencias que contribuyen a la adaptación o al ajuste de un sistema dado, y las disfunciones como molestias. Lo mismo sucede con la <<disfunción narcotizadora>> de los medios de comunicación, que engendra la apatía política de grandes masas de la población. Las funciones impiden que las disfunciones precipiten la crisis del sistema.”⁴⁶

Las funciones desempeñadas dentro del sistema, cuya finalidad es la adaptabilidad o ajuste del mismo, tienen un carácter regulador para mantenerlo organizado. En cambio las disfunciones vienen a ser las molestias que se presentan dentro del sistema, causados ya sea por individuos, por inoperancia en las regulaciones o por la desorganización propia de dicho sistema. La molestia sistémica viene a ser una

⁴⁴ MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 30.

⁴⁵ Idem., p. 31.

⁴⁶ MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 31.

enfermedad, que bien podríamos catalogarla bajo el concepto de entropía⁴⁷ la cual si no se le da tratamiento oportuno, podría derivar en una degradación del sistema biológico-social, producto del desequilibrio y la inestabilidad sufridas.

Otro de los conceptos bases del pensamiento de Lazarsfeld, en cuanto a las nociones de disfuncionalidad, es el de <<disfunción narcotizadora de los medios>>. Esto se entiende a través del contexto social, político, cultural y económico dentro del cual los medios masivos de comunicación hacen extensivo un determinado mensaje hacia el público. Por ejemplo, si un mensaje está estructurado en base a desacuerdos de orden político entre dos tendencias dentro de un marco social y el discurso de dicho mensaje se vuelve repetitivo, hostigoso al punto de volverse aburrido, causa una apatía política dentro de la población.

Dentro del concepto tradicional de los medios de comunicación masivos, en teoría, se encuentran plasmados los valores de la sociedad, sus necesidades y las nociones generales de una opinión pública basada en la moral y las buenas costumbres. Sin embargo, en la práctica, la contextualización de los mensajes y su tratamiento no siempre responden a las necesidades sociales, sino más bien responden a los intereses de grupos político-económicos quienes manejan los medios. Y en este punto es cuando se produce un desajuste en la función del medio comunicativo, porque los mensajes emitidos llevan siempre una carga editorial a favor de quién lo maneja.

Así los medios de comunicación se convierten en juez y parte del proceso mismo de la información. Por eso se entiende que el medio de comunicación es, a su vez, un medio de poder influyente en la sociedad. En pocas palabras, el poder de los medios, ha sido el tendón de Aquiles frente a la justificación de función democrática que cumple el medio dentro de las sociedades.

⁴⁷ El concepto de entropía puede ser entendido como una de destrucción y desestabilización dentro de un orden o sistema establecido, y constituye siempre una amenaza social.

Kurt Lewin, por su parte, realiza un estudio acerca de las decisiones de grupo y sus reacciones frente a un mensaje canalizado a través de diferentes conductos. Para ello utiliza estrategias de persuasión con el objetivo de modificar actitudes y afirma que el *gatekeeper* o controlador de flujo de opinión afianza la función social del líder de opinión. Refiere el concepto de *espacio-vida* como un lugar de vínculos de un organismo y su entorno. Además, afirma que a través de la vivencia de este concepto es como los individuos definen sus conductas y relaciones con el medio en el que se desarrollan. Para desarrollar este postulado y poder explicarlo de una mejor manera utiliza topologías, vectores, diagramas, círculos, cuadrados y flechas.

Carl Hovland, considerado uno de los cuatro padres de la comunicación del paradigma funcionalista junto con: Harold Lasswell, Paul F. Lazarsfeld y Kurt Lewin, realiza una serie de estudios experimentales en los soldados durante la Segunda Guerra Mundial. Su objetivo se centró en medir la eficacia de las propagandas en la moral de las tropas y su efectividad para predisponerlas hacia el combate. Afirmaba que el buen persuasor es el que es capaz de alterar conductas individuales mediante un mensaje bien elaborado

Carl Hovland [...] Se adhiere a los presupuestos lasswellianos de orientación conductista. Es conocido sobre todo por los estudios experimentales que realizó sobre la persuasión a lo largo de la Segunda Guerra Mundial [...] pretendían medir la eficacia de algunas películas de propagandas aliadas, ilustrando las causas y los objetivos del conflicto, sus efectos en la moral de las tropas, su grado de información, y su actitud de combate.⁴⁸

Finalmente, el paradigma funcionalista de la comunicación adopta las ideas de la teoría de la información que fueron desarrolladas esencialmente por Claude Shanon. Desde la problemática comunicativa de la emisión de mensajes; es decir, reproducir en un punto dado, de forma exacta, un mensaje seleccionado en otro punto, el autor propone un *sistema general de comunicación* con el objetivo de cuantificar el posible coste de un mensaje y transmitirlo a través de medios convenidos de tal forma que no se deforme, evitando así gastar lo menos posible en recursos para su transmisión.

⁴⁸ MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 39.

En este esquema lineal en que los polos definen un origen y una señal final, la comunicación se basa en la cadena de los siguientes elementos constitutivos: la *fuentes* (de información) que produce un mensaje (la palabra por teléfono) ,el *codificador o* emisor, que transforma el *mensaje* en signos a fin de hacerlo transmisible (el teléfono transforma la voz en oscilaciones eléctricas), el *canal*, que es el medio utilizado para transportar los signos (cable telefónico), el *decodificador o* receptor, que reconstruye el mensaje a partir de los signos, y el *destino*, que es la persona o la cosa a la que se transmite el mensaje.⁴⁹

SISTEMA GENERAL DE LA COMUNICACIÓN



Melvin de Fleur hace más complejo el esquema lineal de Shannon resaltando la función desempeñada por la <<retroalimentación>> (*feedback*) en el sistema social>> que los medios de comunicación de masa en su conjunto constituyen. <<cada uno de los medios de comunicación (postula) es en sí mismo un sistema social independiente, pero todos están vinculados entre sí de forma sistemática. >>⁵⁰

El concepto de *feedback* se lo relaciona directamente con la información emitida hacia un destino. La retroalimentación es una repuesta consiente de los componentes de una estructura ante un mensaje de tal manera que el sistema general de la comunicación, bajo este nuevo elemento, rompe la linealidad del proceso comunicativo y la visión meramente receptiva del sujeto. La calidad y tipo de información será procesada en un contexto lógico de acuerdo a la funcionalidad del individuo y regresará, a través de su conducta, en forma de adaptación o desadaptación hacia la estructura. Es decir, la información que circula -cualquiera sea su finalidad- está ligada a un entorno social, cultural, político, económico y a las influencias que conforman la conducta de los miembros del sistema; y que a su vez, reproducen los medios de comunicación.

⁴⁹ Idem., p. 42.

⁵⁰ MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 45.

Sería imposible entender un sistema de comunicación de masas [...] en su conjunto mediante la observación de cada medio por separado, [...], es también fundamental entender cómo los medios constituyen un sistema global que está profundamente incrustado en la sociedad [...] Es decir que, al tiempo que son industrias de pleno derecho, han penetrado hondamente en cada una de las cinco instituciones sociales básicas de nuestra sociedad: por ejemplo: [...] de la institución *económica*, [...] de nuestra institución *política*, [...] de nuestra institución *familiar*, [...] de la institución *religiosa*, y hasta cierto punto son parte de nuestra institución *educativa*.⁵¹

En base al estudio morfológico realizado y al análisis de las noticias se determina cómo los rotativos y medios de comunicación cumplen funciones definidas. Las salas de redacción trabajan en función de una agenda particular del medio, la cuál es elaborada a partir de concertaciones internas y privadas, más no de una agenda pública. Se mantiene la concepción de vigilancia del entorno, en donde el medio busca regularizar y tratar una serie de temas que parten desde su propia agenda; de esta manera se ubican las posibles desviaciones que podría presentar el sistema social. Finalmente, se mantienen en los medios, casi como un dogma del funcionalismo, las características de: informar, educar y entretener. A pesar de ello, dentro de los medios analizados, no se percibe una clara decisión de cambiar estas posturas; contrario a ello, parece ser que esta postura brinda un tipo de seguridad y escudo al tradicionalismo de los medios. A todo esto se suma que la noticia sigue siendo el principal “producto” mediático, a partir del cual, los medios enquistan y reafirman sus funciones.

2.2 Paradigma Estructuralista

Sienta sus bases teóricas tomando como referencia la a escuela lingüística y extiende, al mismo tiempo, sus estudios hacia otras disciplinas humanas como el psicoanálisis, la antropología y la literatura. Adopta el método elaborado por Ferdinand de Saussure, en el cual, se entiende a la lengua como una institución social y lo diferencia del concepto de palabra concebida como un acto individual.

⁵¹ DE FLEUR, Melvin, y BALL-ROKEACH, Sandra. Op. Cit. p. 168.

Para F. de Saussure el signo es una unidad lingüística que tiene dos caras:

- Una sensible llamada *Significante*. Puede ser acústica (los sonidos de las palabras), o bien visual (letras de la escritura), pero siempre es algo material.
- Otra es *inmaterial*: la idea o concepto evocado en nuestra mente, y se llama *Significado*.

Saussure cita como ejemplo la palabra “árbol”: el significante es la forma física del término, mientras que el significado es el concepto mental de “árbol”. [...] Saussure piensa que el referente no integra la estructura del signo y que éste posee solo una semblanza diádica. [...] Sostiene que los códigos lingüísticos, la relación entre el significante y significado es arbitraria, porque no está motivada por el objeto al cual se refiere, sino que está fundada en el contexto social.⁵²

El *estructuralismo* concibe a la sociedad también como una unidad de partes pero, [...] pone énfasis en los modos de interrelación e interinfluencia de esas partes. La estructura es comprendida no sólo como armazón o “esqueleto” de la realidad social [...], sino especialmente como trama latente de lo real. [...] Los estructuralistas, entonces, privilegian el estudio de las partes de un objeto (las identifican y caracterizan) y de sus interconexiones, recurriendo para ello a recortes sincrónicos y a la formulación de modelos. Los hechos sociales son, pues, explicados por o “desde” la estructura, en la cual interesan las *invariantias*, o sea aquellos rasgos que permanecen como definitorios del conjunto.⁵³

El método estructural, según Lucien Sevé, se caracteriza por:

- A. El concepto de estructura: entendido como el conjunto de relaciones internas estables y características de un objeto bajo el principio lógico respecto a sus partes, observando que: 1) ningún elemento de la estructura puede ser comprendido al margen de la situación que ocupa; 2) la configuración es capaz de persistir en su carácter invariable, a pesar de las modificaciones de sus elementos.
- B. El desarrollo en los campos bien definidos del saber: particularmente en la lingüística y de cierto número de principios metodológicos que han podido ser retrospectivamente calificados de estructurales. Estos principios estructurales son

⁵² ZECCHETO, Victorino, *La Danza de los Signos*, 1^{ra}. Edición, Ediciones ABYA-YALA, Quito, 2002, p. 68.

⁵³ TORRICO, Erick. Op. Cit. p. 33.

tres: 1) el análisis estructural sólo es legítimo si es exhaustivo (si permite dar una dimensión global del sistema); 2) toda estructura está hecha de relaciones de oposición -particularmente oposiciones binarias-; 3) hay que distinguir con todo rigor el punto de vista sincrónico, es decir, el examen del estado del sistema y de su funcionamiento dado.

- C. Una serie de transferencias de estos principios metodológicos y su aplicación a otros objetos: como por ejemplo el paso en los años 40 de la lingüística estructural a la etnología estructural – que es el método estructural propiamente dicho-.

Charles S. Pierce, otro de los representantes de la corriente estructuralista, identifica tres elementos que conforman el signo:

- El representamen: es lo que funciona como signo para que alguien lo perciba, o sea, la cosa que funge de signo, el signo mismo como tal, por ejemplo, las palabras de un idioma que ha sido creada para ese fin.
- El interpretante: Es la idea del representamen en la mente del que percibe el signo, o sea, es un efecto mental causado por el signo [...] En definitiva, el interpretante es otra representación referida al objeto signo, es un significado de los significantes.
- El objeto: Es aquello a lo que alude el representamen. Dice Pierce: “Este signo está en lugar de algo, su objeto” [...] El objeto, no necesariamente es una cosa concreta, puede tratarse de ideas, de relaciones o de entes imaginarios y ficticios.⁵⁴

La institución social abarca, en su ideal, sistemas de signos, símbolos, códigos, y significados que representan ideas como medio de comunicación social. Según las premisas estructuralistas, el lenguaje es sensible de segmentación y análisis en su totalidad. La semiología, también llamada semiótica, es la ciencia encargada del estudio estructural del lenguaje y sus signos, y según Ronald Barthes los elementos de estudio semiológico son: lengua y palabra, significante y significado, sistema y sintagma, denotación y connotación. A propósito de estas ideas, se puede mencionar que la noticia como género y como producto periodístico representa también un símbolo dentro de la cultura. Tiene un sistema de signos y códigos propios que hacen posible un acercamiento cotidiano con la sociedad. Se afirma que es un símbolo social ya que

⁵⁴ ZECCHETO, Victorino. Op. Cit. p.71, 72.

sintetiza, en su contenido propio, el quehacer periodístico. La noticia en el imaginario social es una idea del periodismo en general.

El estudio de la escuela estructuralista se centra también en el análisis de contenido de la publicidad, prensa, radio y de los mensajes elaborados por los medios de comunicación. Además, profundiza en investigaciones de la civilización técnica, fenómenos de masas, audiencias masivas y el ocio. Por esta razón se explica que el principal objeto de estudio en la comunicación de masas, y el recurrente tema analizado por los estructuralistas, sea el mensaje.

Conjuntamente con enfoque del estudio sistémico de las estructuras y las relaciones de sus componentes, el estructuralismo se interesa en el estudio interno y las relaciones que se suscitan entre las instituciones sociales del Estado. Delimita niveles y analiza toda la estructura social no en cuanto a las funciones, sino más bien en cuanto a su co-relación dentro del sistema.

“La propuesta estructuralista se orienta entonces hacia una delimitación de los niveles - profundo y superficial- que conforman una determinada estructura social o cultural.”⁵⁵

En resumen, el estructuralismo entendido desde la perspectiva de la comunicación abre una comprensión nueva de los temas. La escuela de Frankfurt se había acercado a la problemática comunicativa con un planteamiento sociofilosófico en el cuál se entendía el fenómeno <<mass-mediático>>, y sus consecuencias, a partir de la creciente alienación ideológica procedente de la readaptación tecnológica de las sociedades postindustriales. Para el estructuralismo o los <<estructuralismos>> habrá que dirigirse a la misma constitución interna del discurso ideológico de los medios. La condición lingüística de los procesos de alienación en ningún otro sistema se hace tan evidente como en el comunicativo. Los *mass-media* son la situación límite de un proceso ideológico sistemático.⁵⁶

⁵⁵ MUÑOZ, Blanca, *Cultura y Comunicación Introducción a las Teorías Contemporáneas*, 1^{ra}. Edición, Editorial Barcanova, Barcelona, 1989, p. 206.

⁵⁶ Idem., p. 207.

2.2.2 Escuela de Palo Alto

La Escuela de Palo Alto, también conocida como: *El <<colegio invisible>>*, está conformada por un variado grupo de investigadores: lingüistas, matemáticos, sociólogos, antropólogos y psiquiatras; arranca en San Francisco hacia el año de 1942 bajo la dirección del antropólogo Gregory Bateson, en colaboración con Bridghill, Goffman, Watzlawick.

Se opone totalmente al modelo de comunicación lineal propuesto por Claude Shannon y se alinea con una visión circular retroactiva de Norbert Wiener; además, defiende que la teoría de la comunicación debe ser estudiada y elaborada por las ciencias humanas, a partir de un modelo propio, y no por la teoría matemática debido a que el acto comunicativo no puede ser reducido al simple estudio de dos o más variables, sostiene que la complejidad de la comunicación no encaja con el modelo lineal propuesto desde una visión matemática.

Yves Winkin resume bien la diferencia de posiciones: <<Según ellos, la complejidad de la misma situación de interacción es tal que resulta inútil querer reducirla a dos o más “variables” trabajando de forma lineal. Hay que concebir la investigación en materia de comunicación en términos de nivel de complejidad, de contextos múltiples y de sistemas circulares>> [...]. En esta visión circular de la comunicación, el receptor desempeña una función tan importante como el emisor.⁵⁷

El receptor, a diferencia del funcionalismo, no es un mero consumidor de información, sino que juega un papel destacado al igual que el emisor. La importancia del proceso de la comunicación es analizada dentro de un aspecto global debido a los diferentes niveles de complejidad en su estudio; razón por la cual, se afirma que la comunicación no es aislada. Así, se basan en tres hipótesis:

1. **La esencia de la comunicación reside en los procesos de relación e interacción**, es decir que se prioriza las relaciones entre los elementos de un

⁵⁷ MATTELART, Armand, y Michèle. Op. Cit. p. 48.

sistema más que los elementos mismos. Por ejemplo: Las relaciones laborales entre los empleados (elementos) de una empresa y sus formas comunicativas se valora más que al simple elemento aislado -que en este caso sería un solo trabajador-.

2. **Todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo**, es decir, que tanto las acciones y relaciones observadas en un sistema de comunicación tienen necesidad de comunicar algo a alguien. Por ejemplo: El silencio por parte de un empleado de una empresa hacia un colega puede expresar inconformidad, disgusto o desprecio, etc. En pocas palabras: “No se puede no comunicar”.
3. **Los trastornos psíquicos reflejan perturbaciones de la comunicación entre el individuo portador del síntoma y sus allegados**, es decir que cuando un elemento del sistema presenta cualquier clase de trastorno personal rompe con la lógica de la comunicación y la perturba con sus directamente allegados. Por ejemplo: El empleado que decidió callar ante su colega, aunque se comunique a pesar de su silencio, perturba la libre comunicación y además entorpece la lógica de la comunicación causando una entropía en dicho sistema.

A la noción de comunicación aislada como acto verbal consciente y voluntario, que sustenta la sociología funcionalista, se opone la idea de la comunicación como proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, el espacio interindividual. Así, estos investigadores se interesan por la gestualidad (**quinésica**) y el espacio interpersonal (**proxémica**) o muestran que las faltas del comportamiento humano son reveladoras del entorno social.⁵⁸

En otras palabras, la escuela de Palo Alto priorizó el análisis de contexto por encima del análisis de contenido. Además enfatizó en el estudio tanto del aspecto verbal como del no verbal, realizando grandes aportaciones a la humanidad con el desarrollo de la quinésica y proxémica como parte fundamental en el proceso comunicativo.

⁵⁸ MATTELART, Armand, y Michéle. Op. Cit. p. 48.

2.2.3 Escuela Crítica de Frankfurt

Propone un debate, sociológicamente hablando, en contraposición al funcionalismo, es decir: mientras el funcionalismo postula que los medios de comunicación son los instrumentos de la democracia moderna y trabajan como mecanismos reguladores de la sociedad, la escuela crítica afirma que las consecuencias del desarrollo de los medios no favorecen necesariamente a la democracia sino más bien al poder de quién maneja el medio y el contenido de los mensajes.

La teoría crítica tiene sus principales representantes en el filósofo Max Horkheimer y el economista Friedrich Pollock, quienes fundan una institución de investigación social de orientación marxista. Dicho proyecto investigativo apuntaba básicamente a unir el pensamiento freudiano con el método marxista.

En 1931 se hizo cargo de la dirección Max Horkheimer, quien “delineó la primera tarea del instituto bajo su dirección: un estudio de las actitudes de los obreros y empleados frente a una diversidad de cuestiones en Alemania y el resto de Europa desarrollada. Sus métodos incluían el empleo de estadísticas públicas y cuestionarios respaldados por una interpretación económica, psicológica y sociológica de los datos.”⁵⁹

Según Theodor Adorno la cultura no puede ser medida, opuesto al empirismo funcionalista en donde se estudiaban las audiencias y se medían las propagandas, mensajes y consciencias. El concepto de industria cultural, introducido por Adorno y Horkheimer, se basa en la crítica al sistema funcionalista y a la funcionalidad de los medios masivos de comunicación en la cultura occidental. Afirma que, a través de los diferentes medios: películas, tv, propaganda, cine, etc. se reproducen mercancías que son vendidas vía mensajes encajados en los medios y consumidas por el receptor. Desde esta perspectiva, los medios, la información y la comunicación se entienden como un negocio.

⁵⁹ ENTEL, Alicia, *Teorías de la comunicación*, 2da. Edición, Editorial Hernandarías, Buenos Aires, 1995, p. 112.

El film y la radio “se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas en las rentas de sus direcciones generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos”. [...] El hombre masa sólo valorado por lo que ocasionalmente o no, puede consumir. “Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas (...) en grupos según los ingresos, en campos rosados, verdes y azules.”⁶⁰

Conceptual y pragmáticamente la industria cultural asegura:

- El *Status quo* del sistema funcionalista de los medios de comunicación y su relación íntima con el poder.
- La alienación y cosificación del sujeto.
- La homogenización de masas a través de los medios, es decir que nada ni nadie escapa a la industria cultural.
- Crea entre el público necesidades de consumo para ofertar mercancías a través de los medios y elaboración de mensajes.
- Produce una función y crea un aparato económico activo en la sociedad.

Así mismo, se dice que la racionalidad técnica es de carácter coercitivo dentro de la sociedad y contribuye al proceso de alienación del sujeto mediante los métodos utilizados por la industria cultural. Frente a esta lógica el sujeto es persuadido y pierde la capacidad de discernimiento y de crítica. Además, se produce un proceso de cosificación de tal sujeto como un ente consumidor automático y mentalmente alienado de su realidad.

Para efectos de la comunicación social, la escuela de Frankfurt, entiende a dicho campo dentro de la realidad de la praxis en relación a los procesos sociales.

Lo novedoso del planteamiento de Frankfurt es la aproximación a los *mass-media* desde los conceptos gnoseológicos y ontológicos de la filosofía clásica alemana. [...] En efecto, para la escuela el fenómeno de la comunicación sólo cobra sentido al ser entendido como proceso social. [...], y como lo plantea Adorno [...], la objetivación de lo que es comunicación únicamente se alcanza al hacerse praxis social. [...] La escuela de Frankfurt pone a los medios de comunicación sobre su cabeza y explica que esos canales de transmisión

⁶⁰ ENTEL, Alicia. Op. Cit. p. 116, 117.

aparentemente inofensivos son un flujo continuo de modificaciones y reajustes del poder.⁶¹

2.3 Comunicación

La Comunicación es polisémica, es decir, tiene múltiples acepciones, definiciones y significados. Desde la etimología griega se deriva de *Koinonia* que quiere decir hacer común, y *cumunis* que significa comunión o comunidad. Desde el vocabulario latín se deriva de *communiare*, que refiere al hecho de compartir algo y hacer común. Sin embargo, teóricamente, es difícil dar una definición única y precisa de la comunicación por diferentes razones: a) Es eminentemente subjetiva y depende de los condicionantes humanos, b) Se desenvuelve dentro de una complejidad con múltiples aristas, variantes y condicionantes que dependen de factores como la cultura, la idiosincrasia, religión, creencias, etc.

Por ello, se puede apuntar que la comunicación, o mejor dicho, el acto comunicativo, surge de una necesidad humana. Desde la cultura Griega, cuna del nuevo mundo, se entendía a la comunicación como un arte para lograr persuadir al otro, así mismo se valían de la comunicación como vehículo para encontrar la verdad de las cosas. Así, el acto comunicativo ha contribuido a crear cosmovisiones del mundo, que a su vez han dado paso a culturas y sociedades que determinaban lo bueno o lo malo. En resumen, la comunicación está vinculada al ser humano y le permite discriminar la realidad a través de los contextos -políticos, sociales, económicos- que lo rodean.

“No hay comunicación sin ser humano ni tampoco ser humano sin comunicación”. La importancia de la comunicación recae en el hecho de que, esta, es el pilar fundamental para que el hombre edifique la sociedad y la cultura; a través de actos comunicativos que permitan socializar y convencionalizar ideas, proyectos o iniciativas que armonicen la construcción de la vida social. Además, la comunicación no sólo permite al hombre la construcción y entendimiento de la cultura -contexto-, sino que

⁶¹ MUÑOZ, Blanca. Op. Cit. p. 104.

también permite que el hombre se conozca a sí mismo y, con ello, encuentre un sentido más profundo al significado de su propia vida.

El ser humano es un ser comunicativo por naturaleza. Es decir, todo lo que hace, dice, produce o crea implica comunicación. Su comportamiento dentro de la sociedad, su actitud frente a la vida, su pensamiento y su accionar dan un marco de referencia que pone de manifiesto la comunicatividad entre dicho ser humano, sus semejantes y el mundo. Por eso se dice que la comunicación se constituye como un acto mediante el cual se comparte pensamientos, culturas, tradiciones; es decir, se convierte en un acto de alteridad y espacio de encuentro para compartir experiencias, vivencias y diferencias.

“Ningún ser humano puede dejar de comunicar y ninguna cultura deja de comunicar. Estamos hechos de lo que recogemos de los demás y de lo que generamos de nosotros mismos.”⁶²

Cabe apuntar que la comunicación se ha desarrollado, en cierta manera, gracias a la creación de medios: masivos, alternativos, comunitarios, los cuales han permitido extender la comunicación y llevarla con una brevedad hacia distintas partes del mundo, facilitando así la comunicatividad entre los seres humanos. Pero: ¿Qué es comunicación?, ¿Para qué sirve la comunicación?, ¿Qué sentido tiene la comunicación? Para despejar estas incógnitas acudiremos a la visión de varios autores que han ahondado en el cuestionamiento del tema.

Muchas definiciones podrían citarse para la comunicación; la siguiente puede ilustrar la tendencia hacia el uso del término en relación con los intercambios humanos en dos sentidos. “La comunicación es... el amplio campo de intercambio humano de hechos y opiniones” (Redfield). “La comunicación es... la forma de interacción que se realiza mediante símbolos. Los símbolos pueden ser gestuales, pictóricos, plásticos, verbales o de cualquier otra clase, que operan como estímulos al comportamiento que no sería evocado por el símbolo mismo en ausencia de condiciones especiales de la persona que

⁶² PRIETO, Castillo, Daniel. Op. Cit. p. 55.

responde” (Lundberg). “La comunicación... abarca todas las formas de expresión que sirven al propósito del entendimiento mutuo” (Revesz).⁶³

Si tomamos la comunicación en su sentido más amplio, podremos verla como la actividad individual y colectiva de intercambio de hechos e ideas dentro de cualquier sistema social dado. Sus funciones principales pueden definirse como siguen:

- *Información*: recopilar, procesar y difundir noticias, hechos y opiniones que se requieren para llegar a un entendimiento de las situaciones individuales, comunitarias, nacionales e internacionales, a fin de tomar en consecuencia decisiones apropiadas.
- *Socialización*: construir un fondo de conocimientos e ideas que favorezcan la cohesión y la conciencia sociales.
- *Motivación*: promover las metas de la sociedad a corto y largo plazos.
- *Discusión*: presentar la información disponible a fin de aclarar los problemas públicos y facilitar el consenso.
- *Educación*: transmitir conocimientos a fin de promover el desarrollo intelectual.
- *Avance cultural*: diseminar las obras culturales y artísticas; preservar la herencia cultural y ampliar los horizontes del individuo.
- *Entretenimiento*: difundir el drama, la danza, la literatura, los deportes y actividades semejantes para la recreación personal y colectiva.
- *Integración*: dar acceso a individuos, grupos y naciones, a una diversidad de mensajes que les ayuden a conocer y entender los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.⁶⁴

Del informe Mac bride también se desprende la visión de que la comunicación depende de los diferentes usos y aplicaciones que se la den. Puede ser instrumentalizada como medio para enviar mensajes y favorecer al poder, puede ser utilizada como un medio de entretenimiento para la sociedad, puede ser utilizada como una plataforma informativa acerca de los acontecimientos que suceden en la realidad, puede ser utilizada también para fortalecer la formación cultural e intelectual de la sociedad; en fin, todo dependerá del tipo de tratamiento que se le dé a la comunicación. Esto tiene que ver directamente con el carácter planetario que tiene la comunicación en estos días, debido a los avances tecnológicos, científicos y sociales.

⁶³ MACBRIDE, Sean, *Un Solo Mundo, Voces Múltiples Comunicación e Información en nuestro tiempo*, 2^{da}. Edición, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1987, p. 257.

⁶⁴ Idem., 36.

Daniel Prieto Castillo ofrece una propuesta sencilla y diferente para entender al acto comunicativo. Antes de hablar de comunicación como proceso entre emisores y receptores, utiliza el verbo comunicar, con el afán de desafiliarse con las posturas clásicas, y también propone el término de interlocutor en lugar de emisor/receptor porque afirma que la palabra interlocutor refiere a seres que intercambian sus voces. Expone, además, diez propuestas a propósito de la comunicación:

1. *Comunicar es ejercer la calidad de ser humano*: Cuando interactuamos, cuando intercambiamos miradas, gestos palabras, estamos insertos en un mundo humano y ponemos en acto ésa nuestra condición.
2. *Comunicar es expresarse*: La mirada, la risa, los movimientos [...] La expresión por el rostro, por las palabras, por el cuerpo es lo más maravillosos que le pueda suceder a un ser humano.
3. *Comunicar es interactuar*: Cuando me comunico lo hago para otro ser humano. El otro es la condición de cualquier acto de comunicación. [...] En toda comunicación hay siempre un interlocutor.
4. *Comunicar es relacionarse*: No puedo vivir en un mundo humano (y no tenemos otro) sin relacionarme. [...] La relación cotidiana con los seres queridos, con la gente en la calle, con quienes nos rozan de manera circunstancial, es parte esencial de nuestro ser.
5. *Comunicarse es gozar*: Encontrar placer en algo. Hay un goce en la comunicación cuando nos reunimos con nuestros amigos para hablar.
6. *Comunicar es proyectarse*: Ir más allá de nosotros mismos, de extender nuestro ser hacia donde otros seres se comunican.
7. *Comunicar es afirmarse en el propio ser*: Cuando uno tiene oportunidad de comunicar de manera continua, cuando su palabra se abre camino entre las otras, se va afirmando en su ser.
8. *Comunicación es sentirse y sentir a los demás*: Cuando hablo, cuando me expreso, cuando dejo correr mi voz, mi música o mis imágenes, me siento a mi mismo con toda la intensidad del mundo. Y a la vez siento a los demás, que responden a mis palabras, mis gestos, ritmos, imágenes.
9. *Comunicar es abrirse al mundo*: Desde nuestra piel, desde nuestro ser, desde nuestra historia, desde nuestro corazón.
10. *Comunicar es apropiarse de uno mismo*: Ser dueño de las propias posibilidades, sean ellas físicas o intelectuales.⁶⁵

“La comunicación es ostensiblemente el instrumento *sine qua non* para la producción cultural. Es, por otra parte, un fenómeno sociocultural en sí mismo, una manifestación

⁶⁵ PRIETO, Castillo, Daniel. Op. Cit. p. 57, 58, 59.

fundamental de la cultura entendida como todo el quehacer creativo de los seres humanos.”⁶⁶

Desde esta mirada se puede reiterar la evidencia de que la comunicación es la interrelación que se da entre los seres humanos y las sociedades a través de diferentes manifestaciones: sociales, culturales, políticas, religiosas, etc. Por otro lado una postura diferente, que se apoya en el modelo de la teoría de la información de Claude Shanon, acerca de lo que es el concepto de comunicación lo podemos encontrar en las siguientes palabras:

“La comunicación humana tiene lugar a causa del isomorfismo, es decir, a causa de cierta identidad entre las respuestas internas significativas que distintos individuos han aprendido a experimentar ante un símbolo dado.”⁶⁷

El acto comunicativo humano, basado en el símbolo significativo, es una habilidad sin cuya previa posesión el hombre no hubiera podido desarrollar sus sociedades y culturas [...] Es por intermedio del acto comunicativo que se expresan las normas grupales, se ejerce el control social, se asignan los roles, se logra coordinar los esfuerzos, se ponen de manifiesto las expectativas y se lleva a cabo el proceso social en su totalidad.⁶⁸

¿Cómo se produce la comunicación? [...] Tiene lugar a causa de la actuación de un conjunto particular de componentes de un sistema teórico, gracias al cual, hay *isomorfismo* entre las respuestas internas (significados) evocadas por un conjunto dado de símbolos tanto en el emisor como en el receptor. [...] En forma esquemática los componentes básicos de un sistema teórico apto para lograr el *isomorfismo* de significados entre individuos que participan en el acto comunicativo, es decir para “coordinar significados” entre el “comunicador” y la audiencia son: a) *fuentes*. La función de la fuente es dar al “significado” forma de “mensaje”. [...] b) *transmisor*. Su función consiste en codificar, en transformar el “mensaje” en “información”. La información puede ser definida como cualquier acontecimiento del mundo físico [...] c) *canal*. En el caso de una persona que habla a otra, el canal es simplemente el aire, a través del cual se desplaza la información. [...] d) *receptor*. La función de este componente consiste en recibir la información y “descifrarla” [...] e) *destino*, responde a ellos con las experiencias internas denotativas y connotativas que hemos

⁶⁶ HALLO, Wilson. Op. Cit. p. 4.

⁶⁷ DE FLEUR, Melvin. Op. Cit. p. 136.

⁶⁸ Idem., p. 136.

denominado significado. Así, la función del destino es la de interpretar el “significado” del “mensaje”. [...] f) *ruido*. Este puede ser una característica indeseable del sistema de comunicación, pero no por ello deja de estar casi siempre presente.⁶⁹

A pesar de que a la comunicación se le dé un carácter sistemático es evidente que, al ser un proceso humano, presentará imperfecciones; por tanto no es perfecta. Incluso en el sistema clásico de la comunicación, citado anteriormente, se prueba que cualquier factor de interferencia o molestia (el ruido) entorpece una perfecta comunicación, cabe destacar que el ruido está casi siempre presente en cualquier proceso comunicativo ya que depende de diferentes factores: humanos, ambientales, electromagnéticos, etc.

Se precisa, además, que la comunicación es la base teórico-conceptual; dentro de la cual, el periodismo y sus géneros se apoyan y se justifican. La comunicación apunta a la socialización de realidades, hechos y acontecimientos. Por ello, se vale de la técnica periodística, que a través de medios empíricos recolecta datos, los sistematiza y ordena dependiendo de la técnica o el género adecuado para difundir la realidad.

2.4 Información

Todo lo que se encuentra en el universo: naturaleza, estrellas, animales, plantas, edificios se constituye como una red de información para los seres humanos. En otras palabras, el universo mismo es una fuente de información infinita sin espacio ni tiempo; el ADN proporciona información, a través de datos, acerca del historial de cada una de las personas, el análisis de la información de los estudios realizados a las capas de los suelos determinan su tiempo y sus diferentes etapas geológicas, los anillos de un árbol perenne nos dejan saber su edad en este mundo.

En resumen, la información no tiene un significado ni dominio único ya que se encuentra en todas partes y difícilmente se la puede definir desde una sola óptica; por

⁶⁹ DE FLEUR, Melvin. Op. Cit. p. 138, 139, 140, 141.

ello, las diferentes ciencias tienen su propia visión y definición acorde a sus necesidades. Sin embargo, la importancia de la información no radica en el significado semántico de sí misma, sino en la potencial y trascendental ayuda que representa en la vida de la humanidad porque sin información acerca del entorno, de la cultura, de las creencias y de los acontecimientos, los seres humanos e incluso los animales y plantas, que tienen sus propios sistemas de información, no podríamos llegar a generar relaciones, interacciones ni mucho menos comunicaciones, por ende no viviríamos. A continuación se realizará una aproximación al concepto de información entendido desde diferentes postulados, incluyendo a la comunicación, y se hará mención al dato como parte fundamental en el proceso de elaboración de información.

La información se da siempre en relación con sistemas y sus interacciones. Dados dos sistemas, si el primero está en un estado determinado y produce un efecto en el segundo sistema, creándole un nuevo estado, se puede decir que el segundo ha recibido información del primero. El primer sistema es la fuente y el segundo es el receptor. Así la información tiene como condición necesaria que haya relaciones entre los sistemas y la información misma pueda verse como una consecuencia de esta relación.

Pueden distinguirse cuatro sentidos de información:

1. **Información Material:** La interacción entre los dos sistemas que configura la información responde puramente a leyes físicas. En este caso los sistemas son considerados como entidades físicas (compuestos de átomos, moléculas, etc.) Por ejemplo, [...], la presión sobre una determinada tecla en un teclado de computadora causa la aparición de un signo en la pantalla.

2. **Información funcional:** Cuando se considera el caso de sistemas biológicos o cognitivos, la información ya no es meramente material. [...] Más específicamente, se está frente a un caso de información funcional en un sistema receptor toda vez que la organización de sus estructuras determina una secuencia de hechos que sólo pueden entenderse como la ejecución de ciertas funciones que pueden ser una tarea a realizar, un mecanismo adaptativo o la conservación de ciertos parámetros [...]. Un ejemplo es el caso de un animal que huye al detectar en su entorno a un depredador suyo (un conejo de un león.)

3. **Información semántica:** Si las modificaciones producidas en el receptor resultan de la interacción con un sistema que no está directamente presente, sin mediar una relación física entre ambos, y mediante un input con el que sí está en contacto, entonces la información que proporciona el receptor es semántica. En otras palabras, la interacción entre los dos sistemas se produce por medio de un “representante”. Para dar un ejemplo sencillo piénsese en el caso del

semáforo y un conductor cualquiera. El sistema de tránsito de una ciudad hace que un conductor detenga su auto por medio de la luz roja del semáforo.

4. Información pragmática: En este nivel se emplea información de los sistemas precedentes, especialmente del semántico, para obtener fines que van más allá de las meras modificaciones en el comportamiento. Esto es, la información pragmática resulta de la utilización de información de los niveles anteriores con la finalidad de resolver problemas, imaginar alternativas, tomar decisiones, etc. Esta información pragmática opera en sistemas de información semántica junto con ciertas capacidades cognitivas (como el pensamiento). Piénsese, por ejemplo, en la información que lleva a una persona a estudiar una carrera determinada, que puede implicar ciertas ideas acerca de su futuro, un interés económico en particular, preferencias sociales, etc.⁷⁰

Desde el punto de vista de la investigación existen diferentes tipos de información de acuerdo a su importancia, tratamiento y valoración, los cuales se clasifican como información de primera, segunda, tercera, cuarta y quinta mano.

- Información de primera mano (datos primarios): son datos primarios que han sido recogidos, organizados y formulados por el investigador y por su equipo.
- Información de segunda mano (datos secundarios): aquellos que el investigador ha recogido de otros investigadores.
- Información de tercera mano: Datos de un autor que ha recogido su información de otro escritor que solo divulga el trabajo de un investigador.
- Información de cuarta mano: Cuando el investigador toma cierta información de un medio ajeno al suyo. Ejemplo: Alguien tiene que dar una conferencia y encuentra en el periódico de la mañana el artículo del estudiante y tomando ideas contenidas en él, las comunica a su auditorio.
- Información de quinta mano: Información de carácter informal compartida entre terceros acerca de las anteriores. Ejemplo: Un miembro del auditorio conversa con sus amigos en el club respecto a lo que oyó en la conferencia.⁷¹

Otra de las peculiaridades de la información es que es un conjunto de datos que tienen significación acerca de sucesos y hechos sensibles a ser descritos y que, además,

⁷⁰ BODGAN, Radu, "Information". En *Handbook of Mathaphysics and Ontology*, 1^{ra}. Edición, Philadelphia, 1991, p. 394, 395, 396.

⁷¹ REGALADO, Luis, "Metodología de la Investigación Científica", Módulo Educativo. Universidad Politécnica Salesiana, p. 30, 31.

dan cuenta de contextos y realidades alrededor de los cuales se desenvuelven. Además la información no siempre se presenta ordenada en la realidad, por ello, es de vital importancia recolectarla, estudiarla, contrastarla y ordenarla debidamente antes de su difusión.

“La información consiste en dar forma a elementos informes procedentes del entorno. Esta estructuración suele llevarse a cabo alrededor de un eje, que puede ser el conflicto, la actualidad e incluso la moda.”⁷²

En términos generales la información es el significado que el ser humano da a todo aquello que lo rodea (objetos, naturaleza, sociedad) en medida de su entendimiento, a través de la interpretación de datos. Además, para que dicha información sea entendida es necesario que exista la interacción entre dos sistemas que se comunican entre sí.

Desde el punto de vista de la comunicación masiva se hace necesario revisar el sistema general de la comunicación propuesto por Claude Shanon **Cfr. Supra** (Ver p. 44) para entender que la información se considera como un conjunto de mensajes codificados o señales que se transmiten en una dirección desde una fuente hacia un determinado receptor.

Se considera a la *fuentes* como el origen de las decisiones: la fuente decide que mensaje envía, o, más bien, selecciona uno de un conjunto de mensajes posibles. El *transmisor* convierte el mensaje seleccionado en una *señal* que se envía a través de un *canal* al *receptor*. En el caso de un teléfono, el canal es un cable, la señal es una corriente eléctrica, y el transmisor y el receptor son los aparatos telefónicos. Cuando hablo con usted, mi boca es el transmisor, la señal son las ondas de sonido que pasan a través del canal del aire [...] y el receptor son sus oídos.⁷³

Alicia Entel, sin embargo, da otro giro a la noción de información con respecto al punto de vista mecanicista de Shanon.

⁷² CALVO, Hernando, Manuel, *Manual de Periodismo Científico*, 1^{ra} Edición, Editorial Bosch, Barcelona, 1997, p. 122.

⁷³ FISKE, John, *Introducción al Estudio de la Comunicación*, 1^{ra}. Edición, Editorial Norma, Colombia, 1982, p. 3.

Creemos pertinente entonces enfocar la noción de información desde otra perspectiva. Se la podría vincular con tres elementos:

- La idea de *averiguación* (dice el diccionario de la Real Academia: *información*: averiguación jurídica y legal de un hecho o delito) [...], la idea de averiguación, se vincula tanto con las preguntas sobre el universo y la existencia humana como sobre los órdenes más acotados tales como el preguntar científico o la indagación sobre la vigencia o alteración de las normas establecidas. [...];
- La presencia de *saberes* (la información siempre presupone “contenidos”) [...] en la vida de la gente, que se han construido los más diversos mitos en torno a enigmas por develar saberes ocultos, pistas para alcanzar la verdad;
- La referencia a la *memoria* (colectiva o individual) [...] Resulta de ella un elemento indispensable y estratégico en la cuestión de la información.⁷⁴

Para el periodismo la información recogida del entorno, que posteriormente se lleva a manera de producto al público, es plasmada a través de los diferentes géneros periodísticos. De tal manera que los datos recogidos por el periodista, en los hechos acaecidos en la cotidianidad, se convierten en información sistematizada y elaborada con la técnica establecida para dicho procedimiento.

El género periodístico denominado *información* es la forma literaria más escueta presentar una noticia. [...] También se le designa *despacho informativo*, *nota o gacetilla*, [...], la información, en cuanto a género periodístico, se refiere al texto básico y elemental utilizado en periodismo para transmitir una noticia (es decir, un hecho) con una explicación superficial y esquemática de las circunstancias y detalles que la acompañan, expuestos en orden inverso a su importancia.⁷⁵

Por último, se propone una idea sencilla acerca del término *dato* para entender de mejor forma al concepto de información. Se entiende al dato como un antecedente, un indicio e incluso un registro válidos para recopilar información acerca de los hechos, realidades y acontecimientos. Es decir que el dato viene a ser una pequeña parte de la información. Así, el conjunto de datos estructuran la información y de allí la relevancia de trabajar datos certeros y precisos para poder brindar una información concienzuda y elaborada de manera rigurosa. Se identifican dos clases de datos:

⁷⁴ ENTEL, Alicia. Op. Cit. p. 85, 86.

⁷⁵ CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco. Op. Cit. p. 64.

- **Datos significativos:** Aquellos que se configuran de símbolos reconocibles por todos y cuya naturaleza no es ambigua. Los datos significativos pueden ser correctamente interpretados y transmitidos. Por ejemplo los datos personales de un individuo (nombre, fecha de nacimiento, cédula, etc.)
- **Datos pertinentes:** Aquellos datos relevantes que utilizamos para responder a preguntas cotidianas, es decir están relacionados con las necesidades de información. Un ejemplo de ello es cuando una persona pregunta a otra acerca de la ubicación de un país determinado.

2.5 Teoría Liberal de la Información

Para entender a la comunicación y, especialmente, al periodismo como tales; se hace necesario sustentar un marco económico, político y social para tener una idea clara de la teoría liberal de la información. Para ello, se hará un recorrido a lo largo de los siglos XVII, XVIII y XIX en donde se producen una serie de cambios significativos alrededor del mundo (aparición de la periodicidad, surgimiento de las gacetas, revoluciones liberales e intelectuales, surgimientos de estados-nación, revolución de nuevas industrias, etc.) que, en conjunto, integran la lógica del nuevo mundo en el cuál vivimos.

El torrente de la ilustración, que promovió estoicamente el razonamiento científico, y la corriente liberalista, son las plataformas universales que abren la idea de cambio en el mundo del siglo XVIII. Bajo estos dos esquemas se planteó las siguientes propuestas:

- **Movimiento de la Ilustración:** Sostenía que a través de la razón se podía recrear un mundo con miras hacia el avance de las nuevas sociedades y eliminar toda naturaleza irracional -la mala naturaleza en sus palabras-. Es así que la propuesta central se basó en el concepto de liberación de flujos; el cuál, ponderaba que a través de la construcción de puentes, carreteras y canales de comunicación se facilitaba los procesos de intercambio y circulación de flujos

de personas y mercancías entre los países, fomentando la ayuda entre los seres humanos para que triunfe la denominada <<buena naturaleza>>, o sea la naturaleza de la razón.

Por otra parte, se proponía una revolución en el campo de la lengua; en donde, se consideraba la unificación de un lenguaje para romper barreras heredadas de tiempos que antecedieron a la razón por un lado, y reducir las diferencias entre los lenguajes por otro.

- **El liberalismo:** Basado en los planteamientos de la escuela económica clásica, donde Adam Smith, principal representante, apuesta a la expansión del mercado y de las economías a través de la libre circulación de capitales por todo el mundo. Así, ofrece una visión “solidaria” del mercado asegurando que el comerciante es un ciudadano del mundo, luego afirma que la economía liberal terminará venciendo a las fuerzas hostiles que oponen a las naciones entre sí, y acabará con las viejas sociedades militares..., la comunicación y el desarrollo son posibles solamente si se fomenta la división del trabajo.

Dichas ideas aportaron para la liberación de países como Francia, Estados Unidos; así como también los de Latinoamérica, y se fundaron los estados-nación en donde el estado central se encarga de velar por el desarrollo de la sociedad. Así se puso fin a la era de las monarquías y de las dominaciones. El nuevo mundo, bajo una idea de integración y desarrollo, empezaba a reflejar su auge en todos los aspectos: social, cultural, político y económico.

A finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX el desarrollo del periodismo se impulsó gracias a la libertad de imprenta, paralela al liberalismo político-económico, que se extendió a países como: Estados Unidos (1786) y Francia (1789) y, mucho antes, a Inglaterra (1695). Igualmente se reconoció, en los países desarrollados, la libertad de expresar hechos y opiniones.

Durante este primer gran período de la historia del periodismo que transcurre entre la aparición y desarrollo de las gacetas y el establecimiento de la libertad de imprenta, la prensa tiene una existencia desigual, según el desarrollo

político y cultural de los principales países, y es únicamente un fenómeno únicamente europeo, descontando a Rusia y los países sometidos al imperio otomano.⁷⁶

Cabe señalar que justamente la palabra periodismo se deriva del carácter periódico de las publicaciones escritas que se multiplicaron en esta etapa. Antes que esto suceda, las noticias eran transmitidas principalmente por mercaderes, viajeros, comerciantes y los famosos juglares quiénes, a través de cánticos, transmitían los hechos; razón por la cual, es de suponer que la información no era de dominio público y estaba destinada únicamente para los grupos de poder que podían adquirirla.

“Las primeras hojas y gacetas semanales de noticias surgieron directamente de la evolución de los avisos y relaciones irregulares, es decir, las que hemos llamado hojas de noticias. [...] Tras la aparición de la *Gazette* de la monarquía francesa, en 1631, el nombre de *gaceta* se convirtió en genérico de la prensa informativa.”⁷⁷

Pero la censura ha sido una constante histórica. Reprimendas a la libertad de prensa, amonestaciones e incluso atentados han sido las acciones tomadas por parte de: controles oficiales, reyes o la iglesia –que instituyó la llamada “Santa Inquisición”- en contra de todo aquel que publicara informaciones que pudieran comprometer a dichas instituciones.

La periodicidad como tal se despliega hacia el siglo XVII y se extiende por los principales países de Europa, generando así la prensa formal. Alemania cuenta con más de 200 periódicos publicados a lo largo de esta centuria, en Francia La *Gazzete* fue el primer periódico dirigido por la monarquía. En el caso de Estados Unidos, llegaría más tarde pero con mayor apoyo a la libertad de expresión gracias a las enmiendas realizadas a su constitución.

⁷⁶ BARRERA, Carlos, *Historia del Periodismo Universal*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ariel, Barcelona, 2004, p. 43, 44.

⁷⁷ Idem., p. 56.

La *Gazzete* fue el primer y principal periódico de la monarquía francesa durante casi dos siglos y, con su influencia en toda Europa, consagró el nombre genérico de gaceta para todos los periódicos de noticias [...] Luis XIV [...] el llamado Rey Sol y máximo exponente del absolutismo monárquico ilustrado creó los tres periódicos que contemplaban un auténtico modelo de prensa de estado: La *Gazzete* de 1631, dedicada a la política; el *Journal des Savants* de 1665, de carácter científico; y el *Mercure Galant* de 1672, de carácter literario y mundano.⁷⁸

Los primeros periódicos norteamericanos dependieron siempre de la metrópolis, tanto por los materiales de imprenta como por la tardía llegada de los correos, además de por la limitación y dispersión de su público. [...] En 1791, la Primera Enmienda a la Constitución federal de 1787, aún hoy vigente, estableció que <<el congreso no hará ninguna ley sobre el establecimiento de la religión ni la prohibición de su libre ejercicio, restringiendo la libertad de expresión o de prensa; o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y la petición al Gobierno para la reparación de agravios>>.⁷⁹

Finalizado el siglo XVII; se suceden, en el siglo XVIII, un sinnúmero de novedades y avances técnicos que permitirán multiplicar el fenómeno de la imprenta a nivel global, lo cual permite el auge de la prensa y su crecimiento.

La madurez alcanzada por la actividad comunicativa desde la Revolución francesa supuso un salto impresionante dentro de la industria centrada en la imprenta. [...] El crecimiento cuantitativo de la prensa no sólo incrementó el negocio de la imprenta sino que creó una actividad específica cuyas exigencias técnicas ya no coincidían con las comunes del estado del arte de imprimir en esas fechas. Tres son los aspectos en los que el avance se hizo más patente: la rapidez en la multiplicación de las copias, la mejora en la reproducción de elementos gráficos y la aceleración en el proceso de transmitir la información.⁸⁰

Después, a finales del siglo XVIII y principios del XIX, estalló la revolución industrial, lo cual produjo un gran avance para la circulación de la información gracias a la facilidad que ofrecían los diferentes medios - ferrocarriles, telégrafo, barcos.- para su difusión. Esto determinó otro avance para las comunicaciones e informaciones en el mundo.

⁷⁸ BARRERA, Carlos. Op. Cit. p. 59.

⁷⁹ Idem., p. 65.

⁸⁰ BARRERA, Carlos. Op. Cit. p. 81.

Hubo trascendentes cambios en el modo de transmitir la información. [...], pues los medios de transporte (como el ferrocarril o el barco a vapor) no sólo aceleraban el proceso de envío de noticias a los periódicos, sino que también afectaban a la posterior difusión del producto después de haber sido compuesto e impreso. [...] Fue, sin duda, el ferrocarril el mejor representante de los nuevos tiempos: tanto en la revolución industrial como del cambio del periodismo.⁸¹

En las décadas que precedieron a la Guerra Civil norteamericana se registraron progresos mecánicos, científicos y técnicos gracias a los cuales la incipiente prensa de masas llegaría a adquirir proporciones gigantescas. Se tendieron líneas férreas entre las principales ciudades [...] Hacia 1840 el barco de vapor era ya un importante medio de transporte. El telégrafo incrementó su utilidad como medio para transmitir rápidamente las noticias desde el lugar en que ocurrían los hechos hasta las oficinas de redacción. Estos adelantos aumentaron el atractivo de los periódicos y posibilitaron una mayor distribución.⁸²

Una vez detallado, exhaustivamente, el contexto social político y económico del proceso liberal en todos los campos; se puede entrar en detalles de lo que se conoce periodísticamente bajo el nombre de Teoría Liberal de la Información (TLI.) La fuerza que tomó la prensa, gracias a los nuevos medios de difusión, abrió nuevas perspectivas acerca del concepto de información. La sociedad se había adaptado al mundo moderno, donde cada vez las fronteras se estrechaban y la información requería de rapidez, el desarrollo de las grandes ciudades daban un nuevo contexto de entender el mundo, el concepto de un individuo bien informado acerca de los hechos de su entorno se tornaba en el modelo del ciudadano a seguir. En fin, todo se desarrollo de manera integrada gracias a las propuestas de: división de trabajo, especialización y desarrollo de la técnica.

A la par, evolucionaron los conceptos de hacer periodismo y de transmitir la información; para lo cual, el rol del reportero tomó un nuevo camino. El periodista estaba precisado a cubrir la mayor cantidad de hechos posibles de forma rápida, precisa, verás y “objetiva” para llevarlos a la sala de prensa y, mediante la técnica, convertirlos en información.

⁸¹ Idem., p. 83.

⁸² DE FLEUR, Melvin. Op. Cit. p. 37.

“De manera creciente los periódicos comenzaron a buscar sus noticias. El papel del reportero se hizo más complejo y especializado cuando los periódicos agregaron corresponsales extranjeros y especialistas en noticias de diversos órdenes. [...] La función de <<vigilancia>> de la prensa quedó perfectamente establecida.”⁸³

La coyuntura político-económica, que se implantó en el nuevo mundo, derivó en dos modelos definidos de hacer periodismo: la prensa política y la prensa noticiera. Esto vino acompañado de intereses, grandes campañas y sobretodo juegos de poder que se visibilizaban a diario alrededor de los medios. A continuación se pueden ver algunos ejemplos:

A partir de esta coyuntura, se entiende que el auge de la prensa política fuera muy apreciable. Los grupos políticos que se fueron consolidando hicieron posible esta situación. [...]; pero la situación de privilegio no supuso que fueran los únicos. De ahí que haya que destacar la existencia de otro modelo periodístico también propio de la sociedad liberal decimonónica: la prensa noticiera. Para la mejor comprensión de ambos modelos podemos establecer un paralelismo de las características definitorias del periódico de partido y del periódico popular informativo. Tres son los rasgos que, de manera muy esquemática, caracterizan a los periódicos partidistas de estos años:

1. Tenían su razón de ser en la defensa de una postura política concreta, o incluso muchas veces de una persona singular, de ahí que los intereses del promotor priman sobre los del público. [...]
2. El factor económico no poseía apenas protagonismo, en el sentido de que se buscaba fundamentalmente una rentabilidad política o ideológica, [...] se produjeron otros fenómenos como el uso del famoso <<fondo de reptiles>> para comprar a los periodistas [...]
3. Conforme al papel que se les asignaba, estas publicaciones intervenían activamente en la agitada vida política del momento como un elemento más de la revuelta lucha partidista de entonces.

La valoración de conjunto que se puede hacer de este tipo de periodismo podría ser negativa. [...] De todos modos, lo que se produjo fue un cansancio, por parte del público, ante tanta politización. De ahí que se desarrollara otra fórmula periodística, basada en los aspectos informativos y noticieros, que sólo se puede explicar en la medida en que mejoraron las condiciones generales [...] El nuevo modo de hacer periódicos trataba de dar al público lo que más le interesaba, es decir: noticias. Puso su afán en no aparecer unido a un grupo

⁸³ DE FLEUR, Melvin, y BALL-ROKEACH, Sandra. Op. Cit. p. 83, 84.

concreto, pues convenía aparecer como independiente para así desarrollar su tarea.⁸⁴

Posteriormente, se fundan las primeras agencias de noticias: HAVAS (Francia, en 1835) que usó el telégrafo óptico; REUTERS (Londres-Inglaterra, en 1851); STEFANI (Italia, en 1854); FABRA (España, en 1865), que se fueron adueñando del panorama mundial de las comunicaciones y la información.

La iniciativa fue extendiéndose pronto. En 1851 se adhirió *The new York Times* y empezaron a vender sus noticias a otros periódicos fuera de Nueva York. A su vez, éstos se agruparon en organizaciones regionales que favorecían la negociación con la Associated Press, que pasó a denominarse New York Associated Press. En julio de 1866 se instaló definitivamente el cable transatlántico y AP envió a Londres un agente para que enlazara con las agencias europeas.⁸⁵

Con estos avances técnicos para transmitir rápidamente la información y con las agencias de noticias repartidas por todo el mundo para recolectarla; la Associated Press, junto con sus periodistas, crea un nuevo modelo para escribir las notas periodísticas invirtiendo la pirámide literaria; y así, poder llevar de modo más “objetivo” los hechos de la realidad.

De este modo es como nace el discutido paradigma objetivo-periodístico de la Teoría Liberal de la Información, en donde, la técnica de la pirámide invertida y la rigurosidad del trabajo profesional dan las pautas para que el periodista transmita los hechos de la realidad bajo las máximas de: exactitud, justicia y equilibrio apegado a la idea “ingenua” de objetividad **Cfr. Supra** (Ver p. 11,12). Aparecen, además, los géneros periodísticos como producto de este nuevo proceso de entender a la realidad y de llevar los acontecimientos al público de masas.

⁸⁴ BARRERA, Carlos. Op. Cit. p. 85, 86.

⁸⁵ Idem., p. 90.

III. ESTUDIO DE LOS ROTATIVOS: EL COMERCIO–EL TELÉGRAFO

3.1 Historia de los Rotativos

La síntesis histórica de los rotativos planteados para el presente estudio servirá como punto importante de referencia en el desarrollo del estudio morfológico y posterior análisis de las noticias publicadas en los mismos. Es de gran utilidad tener un contexto histórico, como base, acerca de la realidad de cada periódico y sus condiciones políticas, sociales y culturales para poder tener una idea clara y concreta acerca de las características y líneas editoriales dentro de las cuales se desenvuelve cada medio.

3.1.1 Diario El Comercio

Diario El Comercio fue fundado el 1 de enero de 1906, por los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome y publicado en la ciudad de Quito. El Comercio es propiedad de la *Compañía Anónima El Comercio* y a su vez, es editado por Grupo El Comercio. El actual director de la compañía es Guadalupe Mantilla de Acquaviva. Su primer ejemplar se editó el 1 de enero de 1906, bajo el lema: "Diario de la Mañana", luego el diario bautizó como "Diario Independiente".

En 1906, los hermanos Mantilla Jácome decidieron poner en marcha un propio proyecto editorial. Sus primeros ejemplares se imprimieron en un garaje de Quito, en el que laboraban además cuatro tipógrafos, un armador de planos y el prensista de una pequeña máquina manual. Así, imprimieron los primeros 500 números. El diario, con sus más de cien años de vida ha sido como tantos otros en el hemisferio incendiado y perseguido. El 12 de febrero de 1949, las instalaciones del diario sufrieron un asalto e incendio, en el que murieron seis personas, después de que la emisora asociada al periódico, Radio Quito, emitiera una dramatización de 'La Guerra de los Mundos' de H.G. Wells. En 1938 nace el vespertino Últimas Noticias.

A los fundadores del grupo les sucedieron Carlos y Jorge Mantilla Ortega. Al fallecer éste último, en 1979, tomó el relevo, como representante de la tercera generación familiar en el medio, su actual directora, Guadalupe Mantilla de Acquaviva, tras terminar su carrera de periodismo en París y en la Universidad de Syracuse en Nueva York.

En el año de 1996 el grupo lanzó su diario digital, *elcomercio.com*, que en tan sólo diez años ha alcanzado la mayor cantidad de suscriptores registrados en comparación con otros medios de información local. Desde la fundación de *El Comercio*, el 1 de enero de 1906, debido a su calidad de impresión y diseño ha ganado numerosos premios internacionales.

A mediados de los años 80 pasó por una crisis económica y de agitación sindical que prácticamente lo lleva a la bancarrota; sin embargo, la intervención de nuevos accionistas pertenecientes al grupo familiar que lo fundó revitalizaron a la empresa. Dicha recuperación ha sido referida por su propia directora como "un milagro". En sus páginas, han escrito periodistas e intelectuales ecuatorianos como Jorge Vivanco, Juan Sin Cielo, Humberto Vacas Gómez, Nelson Estupiñán, José María Velasco Ibarra, Carlos Vera, Jorge Ribadeneira, Enrique Ayala Mora, Fabián Corral, Abelardo Pachano, Vicente Albornoz, Antonio Rodríguez, Grace Jaramillo, entre otros.⁸⁶

3.1.2 Diario El Telégrafo

Diario El Telégrafo fue fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró, quien recién había llegado de Europa porque su padre don Juan Murillo estaba enfermo. Los aires revolucionarios que se vivían en ese año en el país, luego que los restauradores derrocaron al general Ignacio Veintimilla, hicieron que el joven Murillo notara la necesidad de crear un Diario independiente en el que los ciudadanos pudieran expresar su opinión.

⁸⁶ www.elcomercio.com

El naciente Diario adoptó ese nombre en homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador, en 1884, con lo cual el país establecía una comunicación eficaz con el mundo. Además, El Telégrafo, fue el primer periódico ecuatoriano que utilizó ese invento. La recepción del público hacia El Telégrafo fue inmediata. Su discurso radical y liberal permitió que el Diario sea una guía durante la Revolución Liberal. El 1 de enero de 1885 fue fusilado el coronel Nicolás Infante, jefe de los Revolucionarios. El Telégrafo en varias ediciones publicó las protestas contra el crimen firmadas por ciudadanos.

El gobierno de Plácido Caamaño ordenó la encarcelación de Juan Murillo Miró y su posterior exilio a Chile. Así, los sucesores de Murillo también fueron acosados por el régimen hasta que el diario dejó de circular el 3 de julio de 1886, cuando había logrado imprimir su edición número 607.

En su destierro, Murillo descubrió que la Bandera de Ecuador había sido utilizada en una transacción entre Chile y Japón en 1895. La posición neutral que adoptaron los países americanos frente al conflicto entre China y Japón no permitía que ningún país se involucrara en el enfrentamiento. La Bandera de Ecuador fue utilizada por una fragata chilena que debía cruzar el océano Pacífico y sería entregada a Japón que la utilizaría en su guerra. La noticia causó protestas en el país que terminaron con la salida de Luis Cordero de la presidencia.

En 1898, todas las acciones de El Telégrafo son adquiridas por el ambateño José Abel Castillo. Así, el Diario se convierte en el principal matutino del Ecuador por varias décadas. El 15 de noviembre de 1922, durante el gobierno liberal de Luis Tamayo se asesinan a centenares de obreros en las calles de Guayaquil. El Telégrafo es el único diario del país en levantar su protesta y llenar sus páginas con denuncias en contra el régimen de esa era.

Luego de las publicaciones José Abel Castillo fue amenazado y perseguido. Así, decide salir del país y radica en Alemania por varios años. En esa época, El Telégrafo

también fue presionado y censurado por los gobiernos. El diario continuó su labor porque Manuel Eduardo y José Santiago Castillo administraron el Diario. En 1923 se inaugura el actual edificio de El Telégrafo, ubicado en las avenidas Diez de Agosto y Boyacá. Y ese año se bautizó a Albert, que es la primera rotativa que llegó al país. Pero sólo en 1926 se imprimió el diario en la gigante imprenta.

José Abel Castillo regresa al país en 1927 y retoma la dirección del diario, siempre con la colaboración de sus hijos. En 1940, Santiago Castillo y Castillo asumen la dirección de El Telégrafo. En la nueva administración, el Diario se convierte en el primer periódico en adquirir los servicios de agencias de noticias extranjeras y además, es el primero en publicar fotografías aéreas del país. En El Telégrafo se dio acogida a los mejores periodistas y escritores del país como Manuel J. Calle, Medardo Ángel Silva, José H. Simmonds, Juan Emilio Murillo.⁸⁷

3.2 Análisis morfológico de los Rotativos

El análisis morfológico es un estudio vital para justificar la revisión de la técnica periodística de la Noticia. Permite entender el escenario real dentro del cual se usa y se pone en práctica el género y; al mismo tiempo, da un marco de comprensión socio-cultural, debido a que la colectividad utiliza la prensa escrita como una de las plataformas informativas e identificativas para enterarse de los hechos. Además, da una idea acerca de la estructura misma del periódico; es decir, detalla: medidas, características relevantes, contenidos, línea de acción editorial, direccionalidad política y otros datos técnicos.

Por razones de espacio, se incluye el análisis morfológico de los rotativos: El Comercio y El Telégrafo como documentos anexos al cuerpo de trabajo de la tesis. Por ello, se ha estimado conveniente insertar, dentro del cuerpo mismo, un informe técnico detallado acerca del estudio morfológico realizado. El informe sintetiza, detalla y

⁸⁷ www.telegrafo.com.ec

difunde conclusiones acerca del trabajo de investigación realizado tanto en los rotativos como en las instituciones formales de los mismos.

3.2.1 Informe técnico del análisis morfológico de diario El Comercio

I. ANTECEDENTES:

1.1 Objetivo:

Brindar un informe técnico detallado acerca del análisis morfológico de las ediciones impresas del rotativo: El Comercio, durante la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011, y presentar los resultados.

1.2 Delimitación:

El estudio morfológico se basa en las características de forma y estructuración de contenidos del rotativo; dentro de los cuales se estudia los siguientes aspectos:

- a) Identificación: datos de registro del medio.
- b) Dimensiones: medidas y superficies del rotativo.
- c) Espacios: áreas destinadas a la ubicación de redacción, imágenes, publicidad y fotografías.
- d) Ubicación de Géneros Periodísticos: registro y análisis de forma acerca de los géneros usados por el medio en su estructura general.
- e) Titulación: descripción de tamaños, tipos y estilos de titulares utilizados.
- f) Resultados: publicación de datos obtenidos a lo largo del estudio planteado.

Para efectuar el estudio se utilizan, como referencia, las ediciones impresas de diario El Comercio, durante la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

II. INFORME TÉCNICO

2.1 Introducción:

El estudio morfológico propuesto constituye el complemento necesario para dar soporte a la investigación del tema de tesis. Para poder dar un marco de referencia práctico, al género periodístico de la noticia, es necesario entender la estructura, composición y características de un periódico. Todos estos elementos brindan un contexto general para entender de mejor manera los diferentes escenarios: sociales, culturales, políticos y económicos dentro de los cuales se generan las noticias en la sociedad ecuatoriana.

La investigación realizada en el presente estudio tiene su eje central en el trabajo de campo. Para la recolección de datos necesarios en el estudio morfológico se utilizó, como metodología de trabajo, el manejo técnico de fuentes orales y fuentes bibliográficas. El tiempo invertido para la investigación de campo fue de cinco días: del lunes 3 de octubre de 2011 al viernes 7 de octubre de 2011.

Durante el proceso de trabajo se recolectó toda la información necesaria con respecto a la vida, anécdotas y características relevantes del medio. Para ello, se realizó una visita a las instalaciones del periódico y se concertó citas con los directivos y representantes del medio; los cuales, concedieron las entrevistas pertinentes para poder desarrollar todo el análisis. La apertura brindada por los representantes del medio permitió sistematizar una información completa, concreta y contundente para la realización del trabajo periodístico. Es preciso señalar que el proceso investigativo fue exitoso gracias a la buena voluntad de las fuentes consultadas, y también por la cantidad de textos e informaciones proporcionadas en el medio.

2.2 Características técnicas del rotativo:

- **De la identificación:**

El rotativo se identifica con el nombre de: El Comercio, acompañado de la expresión Diario Independiente. Su edición es matutina y su publicación se realiza de lunes a domingo. Su tiraje se divide en tres categorías: a) de lunes a viernes 80000 ejemplares; b) sábado 100000 ejemplares y; c) domingos 120000 ejemplares. Su paginación regular es de 32 hojas, varía los fines de semanas y en ediciones extendidas. Su primera edición se registra el 1 de enero de 1906 hasta la fecha. Su formato de presentación es estándar y sus medidas son: ancho (31,6cm) x largo (56cm)

Se reconoce como un medio de comunicación independiente desde sus inicios, con miras al servicio de la opinión pública. En su prospecto periodístico se plasma una filosofía de la verdad, la recta conciencia y la tolerancia. La información que trabaja el medio, desde su sala de redacción, plantea los valores de veracidad, equilibrio y objetividad.

- **De la estructura, portada y paginación del rotativo:**

Diario El Comercio divide su estructura en tres Grandes Secciones, que a su vez, contienen Secciones Cortas de una o dos páginas, dependiendo la importancia. Las tres grandes secciones presentan el siguiente contenido de secciones cortas, variando eventualmente, en fines de semana ya que el periódico tiene más extensión:

Gran Sección 1: Seguridad/ Política/ Negocios/ Opinión / Info General

Gran Sección 2: Quito/ Ecuador/ Sociedad/ Cultura

Gran Sección 3: Deportes/ Espectáculos/ Clasificados

Con respecto a la disposición de la portada y paginación interna, diario El Comercio, divide su diagramación en tres espacios: superior, medio e inferior; dentro de los cuales ubica textos informativos e imágenes en un orden jerárquico descendente. Utiliza la técnica visual de bloque extremo, con alineación de izquierda a derecha y de arriba abajo, para facilitar la lectura de su público.

- **De las páginas especializadas (contenido suplementario):**

Dentro de cada edición publicada se encuentran suplementos especiales de carácter independiente a la estructura del periódico. Este material tiene su particularidad y difiere, en su forma y contenidos, de la presentación natural del rotativo. Se caracterizan por tener dimensiones propias y su presentación tiene definido: estilos, diagramaciones e informaciones desarrolladas en los mismos. Dentro del material suplementario se puede localizar: cuadernos especializados, revistas familiares, revistas automovilísticas, revistas infantiles, revistas oficiales, entre otros.

- **De la publicidad y avisos informativos:**

Diario El Comercio, brinda espacios publicitarios amplios y, generalmente, los publica en las páginas impares de las Secciones Cortas 1 y 2. En la Sección Corta 3 los publica en páginas pares e impares.

Los avisos informativos, ya sean oficiales o privados, registran gran parte de los espacios del medio. Conjuntamente con la publicidad ocupan, aproximadamente, un tercio de la hoja en la cual se publican.

El rotativo incluye también espacios de auto promoción que se encuentran reiterativamente dispuestos en su diagramación. Así, el lector puede identificar de 4 a 5 espacios destinados para este fin en cada edición. Como dato de interés se precisa que el elemento visual de publicidad e información se lo encuentra cada dos páginas en el contenido habitual.

- **Del espacio de redacción:**

Diario El Comercio, ocupa un espacio total de redacción de 1546,44cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: 49486,08 cm².

- **De la titulación:**

Se trabaja principalmente titulares de 1, 2, 3 o más líneas, tanto en la portada como en la paginación interna. Los títulos ocupan un espacio desde una hasta seis columnas y se dividen en tres grupos: grandes, medianos y pequeños. Dentro de ellos se distinguen los siguientes estilos: expresivos, apelativos, temáticos e informativos. En cuanto a los contenidos expresan las siguientes características: a) de una línea: voluntad de información; b) de dos líneas: evidencian causas y efectos de un problema; y c) de tres o más líneas: evidencian afectaciones.

- **De las ilustraciones:**

Forman una parte importante como elemento de atención e información visual. Se da un tratamiento gráfico de relevancia a las infografías y *side bar* como mecanismos de prioridad respecto a la información presentada. Las ilustraciones no son solamente una unidad de complemento al texto periodístico sino que expresan argumentos, indicios, y detalles de los hechos presentados.

- **De los Géneros Periodísticos :**

Los géneros utilizados por diario El Comercio para difusión de contenidos son: notas, artículos, reportajes, crónicas y entrevistas. Presentan las siguientes características en cuanto a sus espacios: a) notas: ocupan espacios de

una a cuatro columnas; b) artículos: ocupan espacios de una a tres columnas; c) crónicas y reportajes: ocupan espacios de cuatro a seis columnas; y c) entrevistas: ocupan espacios de tres a cinco columnas.

III. RESULTADOS

Como resultados cuantitativos respecto a la morfología del medio se presentan los siguientes datos obtenidos:

1. Las dimensiones de los anuncios se dividen en tres categorías:
 - a. Grandes: (13cm) largo x (29,5cm) de ancho
 - b. Medianos: (12,5cm) largo x (14,5cm) de ancho
 - c. Pequeños: (6,9 cm) de largo x (4cm) de ancho

2. La altura de los titulares se puede medir en un rango de: grande, mediano y pequeño. Sus medidas aproximadas son de: a) grandes: ancho (24cm) x largo (2,5cm); b) medianos: ancho (9cm) x largo (3cm); y c) pequeños: ancho (4cm) x largo (1cm)

3. Para la consideración de los espacios de caracteres se toma de referencia a: las medidas de los títulos y los espacios que ocupan en columnaje. Se presentan los siguientes datos:
 - Títulos grandes: 175 caracteres
 - Títulos medianos: 65 caracteres
 - Títulos pequeños: 29 caracteres

4. Diario El Comercio, ocupa un espacio total de redacción de 1546,44cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: 49486,08 cm².

5. De la superficie total del rotativo, Diario El Comercio, utiliza un 87,4% para imprimir contenidos y deja un espacio en blanco de 12,6% en cada página.
6. De la superficie total del rotativo, Diario El Comercio, utiliza un 75% para redacción de contenidos y deja un espacio de 25% para la inclusión de gráficos, imágenes e infografías, en cada página
7. Finalmente, de una valorización final posible de 30 puntos, entre la suma de: ubicación, títulos y presentación; diario El Comercio obtuvo un puntaje 27,5 como resultado del análisis morfológico propuesto en el presente estudio.
8. Para leer el informe morfológico completo ver **Anexo I** pág. 122.

3.2.2 Informe técnico del análisis morfológico de diario El Telégrafo

I. ANTECEDENTES:

1.1 Objetivo:

Brindar un informe técnico detallado acerca del análisis morfológico de las ediciones impresas del rotativo: El Telégrafo, durante la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011, y presentar los resultados.

1.2 Delimitación:

El estudio morfológico se basa en las características de forma y estructuración de contenidos del rotativo; dentro de los cuales se estudia los siguientes aspectos:

- g) Identificación: datos de registro del medio.
- h) Dimensiones: medidas y superficies del rotativo.
- i) Espacios: áreas destinadas a la ubicación de redacción, imágenes, publicidad y fotografías.
- j) Ubicación de Géneros Periodísticos: registro y análisis de forma acerca de los géneros usados por el medio en su estructura general.
- k) Titulación: descripción de tamaños, tipos y estilos de titulares utilizados.
- l) Resultados: publicación de datos obtenidos a lo largo del estudio planteado.

Para efectuar el estudio se utilizan, como referencia, las ediciones impresas de diario El Telégrafo, durante la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

II. INFORME TÉCNICO

2.1 Introducción:

El estudio morfológico propuesto constituye el complemento necesario para dar soporte a la investigación del tema de tesis. Para poder dar un marco de referencia práctico, al género periodístico de la noticia, es necesario entender la estructura, composición y características de un periódico. Todos estos elementos brindan un contexto general para entender de mejor manera los diferentes escenarios: sociales, culturales, políticos y económicos dentro de los cuales se generan las noticias en la sociedad ecuatoriana.

La investigación realizada en el presente estudio tiene su eje central en el trabajo de campo. Para la recolección de datos necesarios en el estudio morfológico se utilizó, como metodología de trabajo, el manejo técnico de fuentes orales y fuentes bibliográficas. El tiempo invertido para la investigación de campo fue de cinco días: del lunes 10 de octubre de 2011 al viernes 14 de octubre de 2011.

Para el presente proceso de trabajo se buscó toda la información necesaria con respecto a la vida, anécdotas y características relevantes del medio. Sin embargo, el proceso de búsqueda y recolección de datos fue trabado, en virtud de que las fuentes no colaboraron de una manera abierta. La carta de auspicio de la Universidad Politécnica Salesiana fue el único documento que permitió, en cierta manera, acceder a una parte de la información del medio. El proceso de trabajo requirió hacer un análisis exhaustivo de fuentes precisas debiendo, en el transcurso de la investigación, eliminar fuentes orales imprecisas y poco confiables. Cabe señalar que el personal en general y sus autoridades se mostraron muy herméticos al momento de revelar datos y contenidos de su medio; inclusive existió voluntad de rechazo ante la investigación planteada. Finalmente, después de una búsqueda adecuada de fuentes, se logró la entrevista con el Editor General de la redacción. Aún así, las autoridades conocen muy poco acerca de la historia

y procesos de trabajo para el medio al cual que sirven, alegando que toda esa información es de carácter regional y que se encuentra en Guayaquil.

2.2 Características técnicas del rotativo:

- **De la identificación:**

El rotativo se identifica con el nombre de: El Telégrafo, acompañado de la expresión Decano de la Prensa Nacional. Su edición es matutina y su publicación se realiza de lunes a domingo. Su tiraje diario es de 30000 ejemplares. Su paginación regular es de 32 hojas, varía los fines de semanas y en ediciones extendidas. Su primera edición se registra el 16 de febrero de 1884, hasta la fecha. Su formato de presentación es Berlinés y sus medidas son: ancho (31,4cm) x largo (47,2cm)

Plantea su contenido en aras de un equilibrio informativo y se reconoce como un medio de comunicación público y estatal. Su línea editorial está por fuera de los intereses de mercado; e inculca, entre sus servidores, una filosofía de responsabilidad para ejercer un periodismo de calidad. Está a favor de la responsabilidad ulterior; sin embargo, rechazan la censura previa en contra del libre ejercicio profesional.

- **De la estructura, portada y paginación del rotativo:**

Diario El Telégrafo presenta su estructura en tres Divisiones, que a su vez, contienen Secciones Cortas. Estas divisiones presentan el siguiente contenido de secciones cortas, variando eventualmente, en fines de semana ya que el periódico tiene más extensión:

Gran Sección 1: Actualidad/ Opinión/ Economía

Gran Sección 2: Guayaquil/ Cultura/ Sociedad/ Mundo

Gran Sección 3: Fanático/ Cine y Televisión/ Entretenimiento/ Judicial-Gaceta

Con respecto a la disposición de la portada y paginación interna, diario El Telégrafo, divide su diagramación en tres espacios: superior, medio e inferior; dentro de los cuales ubica textos informativos e imágenes en un orden jerárquico descendente. Utiliza la técnica visual de bloque extremo, con alineación de izquierda a derecha y de arriba abajo, para facilitar la lectura de su público.

- **De las páginas especializadas (contenido suplementario):**

El Telégrafo no contiene páginas especializadas que difieran de su estructura morfológica. Presenta un cuaderno informativo, anexo a cada edición, donde presenta los avisos informativos diversos. En ocasiones presenta revistas o suplementos de instituciones estatales que son independientes a su forma, que poseen dimensiones propias y contenidos independientes al rotativo.

- **De la publicidad y avisos informativos:**

No ocupa muchas páginas para la difusión de publicidad como en otros medios. A pesar de ello, dedica espacios muy amplios para publicitar empresas estatales, no así para las empresas privadas que tienen una escasa participación. La ubicación de propagandas no tiene una estructura definida dentro de la paginación, sino que depende de la diagramación de la edición en curso.

Para los avisos informativos presenta una alternativa adecuada. Imprime un cuaderno informativo denominado GACETA, donde se puede localizar: resoluciones judiciales, anulaciones bancarias, notificaciones y varios.

Así mismo, incluye espacios de auto promoción que se encuentran reiterativamente dispuestos en su diagramación. Estos anuncios ocupan grandes espacios dentro de la hoja, generalmente la mitad o toda la superficie.

- **Del espacio de redacción:**

Diario EL TELÉGRAFO ocupa un espacio total de redacción de 1299,2 cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: 41574,4 cm².

- **De la titulación:**

Se trabaja principalmente titulares de 1, 2, 3 o más líneas, tanto en la portada como en la paginación interna. Los títulos ocupan un espacio desde una hasta cinco columnas y se dividen en tres grupos: grandes, medianos y pequeños. Dentro de ellos se distinguen los siguientes estilos: expresivos, apelativos, temáticos e informativos. En cuanto a los contenidos expresan las siguientes características: a) de una línea: voluntad de información; b) de dos líneas: evidencian causas y efectos de un problema; y c) de tres o más líneas: evidencian afectaciones.

- **De las ilustraciones:**

Constituyen un elemento de complemento a las informaciones presentadas; y las fotografías se incluyen, casi siempre, por encima del texto periodístico. Las infografías son meramente explicativas y no abarcan grandes espacios; con respecto a *side bar*, casi no se incluyen en las ediciones estudiadas. Es decir, que tanto como fotografías y elementos ilustrativos son considerados como suplementarios, ya que se da relevancia a la tipificación periodística por sobre las imágenes.

- **De los Géneros Periodísticos :**

Los géneros utilizados por diario El Telégrafo para difusión de contenidos son: notas, artículos, reportajes, crónicas y entrevistas. Presentan las siguientes características en cuanto a sus espacios: a) notas: ocupan espacios de una a cuatro columnas; b) artículos: ocupan espacios de una a tres columnas; c) crónicas y reportajes: ocupan espacios de tres a cinco columnas; y c) entrevistas: ocupan espacios de una a tres columnas.

III. RESULTADOS

Como resultados cuantitativos respecto a la morfología del medio se presentan los siguientes datos obtenidos:

1. Las dimensiones de los anuncios se dividen en tres categorías:
 - a. Grandes: (42cm) largo x (29,8cm) de ancho
 - b. Medianos: (20,6 cm) largo x (17,2cm) de ancho
 - c. Pequeños: (6,6 cm) de largo x (29cm) de ancho
2. La altura de los titulares se puede medir en un rango de: grande, mediano y pequeño. Sus medidas aproximadas son de: a) grandes: ancho (22,5cm) x largo (4cm); b) medianos: ancho (11,5cm) x largo (5,2cm); y c) pequeños: ancho (4,8cm) x largo (1cm)
3. Para la consideración de los espacios de caracteres se toma de referencia a: las medidas de los títulos y los espacios que ocupan en columnaje. Se presentan los siguientes datos:
 - Títulos grandes: 155 caracteres
 - Títulos medianos: 70 caracteres
 - Títulos pequeños: 36 caracteres

4. Diario El Telégrafo, ocupa un espacio total de redacción de 1299,2cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: 41574,4 cm².
5. De la superficie total del rotativo, Diario El Telégrafo, utiliza un 87,6% para imprimir contenidos y deja un espacio en blanco de 12,4% en cada página.
6. De la superficie total del rotativo, Diario El Telégrafo, utiliza un 80% para redacción de contenidos y deja un espacio de 20% para la inclusión de gráficos, imágenes e infografías, en cada página
7. Finalmente, de una valorización final posible de 30 puntos, entre la suma de: ubicación, títulos y presentación; diario El Telégrafo obtuvo un puntaje de 27 como resultado del análisis morfológico propuesto en el presente estudio.
8. Para leer el informe morfológico completo ver **Anexo II** pág. 174.

3.4 Análisis de la técnica periodística de la Noticia

El análisis de la técnica de la Noticia se lo realiza a través del estudio de las notas periodísticas recolectadas de los rotativos: El Comercio y El Telégrafo. El tiempo destinado para el acopio del material duró un mes: desde el viernes 1 de octubre de 2010 hasta el lunes 1 de noviembre de 2010. Durante el proceso se enfatizó en las noticias de la sección política de cada periódico; para lo cual, se escogió una por día.

Para la presentación del análisis se muestra, a continuación, una matriz con todos los elementos necesarios para el estudio y el desarrollo del mismo. Por cuestiones de espacio se incluye, en el cuerpo de la tesis, únicamente tres noticias preseleccionadas de cada rotativo con sus respectivas descripciones técnicas y análisis.

3.4.1 Análisis de las Noticias de Diario El Comercio

La primera noticia seleccionada se titula: La Asamblea no pudo destrabar el conflicto. Se imprime en diario El Comercio en la edición del día viernes 1 de octubre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|------------------------|--|
| Tipo | Titulación perteneciente al tipo temático ya ubica en un escenario determinado al lector, en este caso la Asamblea. |
| Atención | El titular registra una voluntad de anuncio en cuanto a su contenido e identifica el actor colectivo de dicho contenido, en este caso la Asamblea. |
| Usos de verbos activos | Se identifica la terminación verbal activa: ar, en la palabra destrabar, lo cual dinamiza el contenido y su interés. |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundio. |

| | |
|---------------------------|--|
| Uso de dos líneas | No registra el uso de dos líneas. |
| Uso de tres o más líneas | Ocupa el espacio de cuatro líneas, lo cual evidencia afectaciones en el contenido de la nota periodística ya que la Asamblea no pudo resolver un conflicto. |
| Orientación | La voluntad de orientación del medio apunta a un acto informativo del hecho a sus lectores. |
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de una columna con las siguientes dimensiones: ancho (3,2cm) x largo (2,5cm), su tamaño es pequeño, lo cual evidencia una jerarquía de orden terciario. |
| Adjetivación | No registra el uso de adjetivación. |
| Elementos complementarios | Ubica un subtítulo pequeño en la parte baja izquierda del titular. “VETO” |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|---|
| Tipo | Presenta un esquema de lead cita. Contiene una frase citada por un grupo determinado. Responde a las preguntas de quién, qué y dónde. |
| Direccionalidad | El recurso de citar un apelativo en el lead: “Traidora” ubica al lector en un contexto emotivo para dar enganche a la nota. |
| Manejo e inclusión de datos | Se utiliza la tensión existente entre dos grupos para narrar el clímax de la situación. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 56 palabras, lo cual es académicamente abultado, a pesar del elemento atrayente del lead. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas |

| | |
|---------|---|
| | y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redundancia en expresiones. |
| Excesos | Para este caso se cita tan solo un hecho. La tensión entre dos grupos. No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|---|
| Correspondencia | Los ocho párrafos corresponden al qué, quién y dónde implícitos en el lead. Además incluyen citas, no textuales, de terceros. |
| Profundidad | No jerarquiza descendientemente en concordancia con la ortodoxia de la técnica. Amplía hechos e incluye datos en orden indeterminado. |
| Inclusión | No cita textualmente discursos extendidos; sin embargo, menciona expresiones de fuentes oficiales. |
| Contextualización | Relata una adecuada contextualización de escenarios y actores involucrados en el hecho. |
| Sustento | No incluye citas de textos legales o estatutos de que den soporte al hecho. El cuerpo expresa voluntad de relato únicamente. |
| Excesos | Ocho párrafos. Disposiciones de extensiones cortas que permiten una lectura visual adecuada. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|---|
| Congruencia | Adecuada. Identifica la fuente en el lead y la cita nuevamente en el párrafo de cierre. |
| Contundencia | Concluye el relato, acertadamente, con la acción final de la fuente citada en la entrada. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| Estructura de tipo aritmética destinada a identificar los pormenores del quién, qué y dónde en este caso en particular. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| Pertenece al tipo de noticias contextuales, que describen el escenario, y es de corte fortuita ya que no se la puede anticipar. |

La segunda noticia seleccionada se titula: La oposición planteó amparo contra la cadena gobiernista. Se imprime en diario El Comercio en la edición del día viernes 15 de octubre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|---------------------------|--|
| Tipo | Titulación perteneciente al tipo informativo. Presenta un hecho cotidiano. |
| Atención | Evidencia el interés de un grupo de oposición en cuanto un hecho. Es el foco de atención del titular. |
| Usos de verbos activos | No registra el uso de verbos activos |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundio. |
| Uso de dos líneas | Utiliza dos líneas de espacio y evidencia causa y efecto que denotan contraposición: gobierno/oposición. |
| Uso de tres o más líneas | No registra el uso de tres o más líneas. |
| Orientación | Evidencia tendencias políticas del contenido al presentar acontecimientos políticos. |
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de una columna con las siguientes dimensiones: ancho (10cm) x largo (1,2cm), su tamaño es mediano, lo cual evidencia una jerarquía de orden secundario. |
| Adjetivación | No registra el uso de adjetivación. |
| Elementos complementarios | Ubica un subtítulo en la parte baja izquierda del titular. |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|---|
| Tipo | Presenta un esquema de lead clásico con narración de acción. Responde a las preguntas de quién, qué, cuándo y dónde. |
| Direccionalidad | Unidireccional. La redacción informa al lector sobre el hecho. |
| Manejo e inclusión de datos | Incluye datos primarios sin defectos de estilo pero tampoco posee armonía estética. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 52 palabras, lo cual es académicamente abultado. En este caso la nota pierde interés debido a la extensión. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redunda en expresiones. |
| Excesos | Para este caso se cita un hecho y se argumenta con una figura legal. Todo esto en la entrada. No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-----------------|---|
| Correspondencia | El desarrollo de los doce párrafos es del tipo: información de citas y datos, ya que amplía las preguntas del lead e incluye en párrafos posteriores ampliación, citas y datos. |
| Profundidad | Para este caso se profundiza, adecuadamente, los datos del primer párrafo en forma jerarquizada. Técnica ortodoxa. |
| Inclusión | Cita adecuadamente las voces de los personajes implicados en el hecho de una |

| | |
|-------------------|---|
| | manera textual. |
| Contextualización | Relata una adecuada contextualización de escenarios y actores involucrados en el hecho. |
| Sustento | Incluye citas legales que abalizan el hecho en mención. Constituye una guía para el lector. |
| Excesos | Doce párrafos. Nota aparentemente excesiva pero el desarrollo y disposición de elementos justifican su extensión. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|--|
| Congruencia | Párrafo suelto en relación al hecho, solo presenta un dato. Incluye opinión del redactor. |
| Contundencia | No remata el hecho con congruencia: el cierre está compuesto por un dato inoportuno en relación al buen relato del cuerpo. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| Estructura de tipo sumario del hecho y citas (Warren), amplía los pormenores del lead y sustenta información con fuentes y artículos. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Pertenece al tipo de noticia de seguimiento. De un hecho detonante (30-S) se desencadena una serie de hechos en torno al mismo. Este caso es uno de ellos. |

La tercera noticia seleccionada se titula: La Fiscalía vinculará a más uniformados por la revuelta. Se imprime en diario El Comercio en la edición del día domingo 31 de octubre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|--------------------------|---|
| Tipo | En este caso se trata de un titular de tipo apelativo ya que incluye una denominación para el grupo policial en general: “uniformados”. |
| Atención | Es un anuncio que enfoca su atención en el elemento de interés. Es una noticia generada en base a un hecho de afectación general: 30-S. |
| Usos de verbos activos | No registra el uso de verbos activos |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundios |
| Uso de dos líneas | Utiliza el titular de dos líneas lo que evidencia causas y efectos: vinculación/sanciones. |
| Uso de tres o más líneas | No registra el uso de tres o más líneas. |
| Orientación | Animo informativo acerca de las consecuencias de un hecho histórico. |

| | |
|---------------------------|--|
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de tres columnas con las siguientes dimensiones: ancho (10cm) x largo (1,4cm), su tamaño es mediano, lo cual evidencia una jerarquía de orden secundario. |
| Adjetivación | No registra adjetivaciones. |
| Elementos complementarios | Ubica un subtítulo en la parte baja izquierda del titular. |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|--|
| Tipo | Es el caso de la pirámide invertida clásica. Dentro del lead responde a las preguntas básicas del: qué, quién, cómo, cuándo. |
| Direccionalidad | De carácter informativo ya que ubica una situación particular, con un personaje en particular y en un escenario en particular. |
| Manejo e inclusión de datos | No impone un clímax extraordinario, sin embargo incluye adecuadamente los datos alrededor del hecho. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 47 palabras, lo cual es abultado. Sin embargo no pierde interés. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redundancia en expresiones. |
| Excesos | Para este caso se cita un hecho y se ubican los datos de sustento. No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|--|
| Correspondencia | El desarrollo de los nueve párrafos no presenta una correspondencia definida. El lead es un dato suelto en relación a los párrafos desarrollados. No se puede ubicar un tipo definido. |
| Profundidad | Incluye datos relevantes acerca de lo apuntado en el titular, sin embargo no los cohesiona con la entrada. |
| Inclusión | Cita adecuadamente las voces de los personajes implicados en el hecho de una manera textual. |
| Contextualización | Los datos manifiestan un escenario pero la disposición de los mismos confunde: tiempos, ubicaciones y espacios. |
| Sustento | No incluye citas ni documentación de apoyo legal. |
| Excesos | Nueve párrafos. Nota corta pero desordenada; lo cual aparenta excesos. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|--|
| Congruencia | El último párrafo presenta un dato de interés. Es el único que concuerda con los datos del lead. |
| Contundencia | No es un dato contundente de argumentación, pero es información de interés con respecto a la nota. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Se presenta como una información de acontecimiento. Registra en el lead el hecho primario, y en los siguientes párrafos incluye otras informaciones. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| De carácter previsible. De un hecho de estremecimiento público se ubican y se vinculan personajes, escenarios para investigaciones posteriores. |

3.4.2 Análisis de las Noticias de Diario El Telégrafo.

La primera noticia seleccionada se titula: Correa se solidarizó con las víctimas. Se imprime en diario El Telégrafo en la edición del día lunes 4 de octubre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|------------------------|---|
| Tipo | Titulación perteneciente al tipo informativo ya que difunde un hecho cotidiano. |
| Atención | El titular registra una voluntad descriptiva acerca del contenido del hecho. |
| Usos de verbos activos | No registra uso de verbos activos. |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundio. |

| | |
|---------------------------|---|
| Uso de dos líneas | Utiliza dos líneas, pero en este caso no expresa causas y efectos, sino solamente información. |
| Uso de tres o más líneas | No registra uso de tres o más líneas. |
| Orientación | La voluntad de orientación del medio apunta a un acto informativo del hecho a sus lectores. |
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de dos columnas con las siguientes dimensiones: ancho (7cm) x largo (1cm), su tamaño es pequeño, lo cual evidencia una jerarquía de orden terciario. |
| Adjetivación | No registra el uso de adjetivación. |
| Elementos complementarios | No ubica subtítulos ni orejas informativas. |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|--|
| Tipo | Es el caso de la pirámide invertida clásica. Dentro del lead responde a las preguntas básicas del: cuándo, dónde, quién, cómo y por qué. |
| Direccionalidad | Información ubicativa de un hecho en particular. Voluntad informativa. |
| Manejo e inclusión de datos | Al usar la técnica de la pirámide invertida, incluye datos de relevancia. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 51 palabras. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redundancia en expresiones. |
| Excesos | No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|--|
| Correspondencia | Los cuatro párrafos corresponden a la ampliación del quién. Su estructura de relato es aritmética enfocada en ampliar la pregunta del quién. |
| Profundidad | Ubica los hechos de forma jerarquizada en orden descendente. |
| Inclusión | No ubica citas textuales ni expresiones de fuentes, solo describe el hecho. |
| Contextualización | Narra los hechos de forma cronológica dando una ubicación adecuada de los mismos. |
| Sustento | No incluye citas de textos legales o estatutos de que den soporte al hecho |
| Excesos | No registra excesos porque es una nota corta de cuatro párrafos concretos. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|--|
| Congruencia | Adecuada. Ubica y resalta el hecho del lead con lo expuesto en el titular. |
| Contundencia | Concluye el relato con un dato de enganche que exalta a la información presentada. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| Estructura de tipo aritmética destinada a identificar los pormenores del cuándo, dónde, quién, cómo, por qué, en este caso en particular. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Pertenece al tipo de noticias de interés humano ya que tiene la dosis de humanidad en el contenido del relato. |

La segunda noticia seleccionada se titula: Código de producción va a debate. Se imprime en diario El Telégrafo en la edición del día jueves 21 de octubre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|--------------------------|---|
| Tipo | Titulación perteneciente al tipo informativo porque se titula a una sola línea. Difunde un hecho cotidiano. |
| Atención | El titular registra su atención en el contenido de la problemática planteada. |
| Usos de verbos activos | No registra uso de verbos activos. |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundio. |
| Uso de dos líneas | No registra uso de dos líneas |
| Uso de tres o más líneas | No registra uso de tres o más líneas. |

| | |
|---------------------------|--|
| Orientación | La orientación es ubicativa en torno a un tema general, en este caso el tema económico de la producción. |
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de cuatro columnas con las siguientes dimensiones: ancho (17cm) x largo (1cm), su tamaño es mediano, lo cual evidencia una jerarquía de orden secundario. |
| Adjetivación | No registra el uso de adjetivación. |
| Elementos complementarios | No ubica subtítulos ni orejas informativas. Presenta imagen con pie de foto. |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|--|
| Tipo | Utiliza la técnica de pirámide invertida. Registra en este párrafo las preguntas de: quién, cuándo, quién. |
| Direccionalidad | Información ubicativa de un hecho en particular. Voluntad informativa. |
| Manejo e inclusión de datos | Incluye datos periodísticos de relevancia, organizados de acuerdo a la técnica de incidentes múltiples. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 49 palabras. Sin embargo, el lead es visualmente tolerante. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redundancia en expresiones. |
| Excesos | No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|--|
| Correspondencia | Los cinco párrafos corresponden a la técnica de incidentes múltiples. Sólo el primero de ellos amplía el quién. |
| Profundidad | En esta noticia no se ubican los hechos descendentes sino que se describen los incidentes e implicaciones a partir del hecho de interés. |
| Inclusión | Ubica expresiones de fuentes involucradas en el hecho. |
| Contextualización | Presenta todas las aristas e incidentes posibles alrededor del hecho relatado. |
| Sustento | No incluye citas de textos legales o estatutos de que den soporte al hecho |
| Excesos | No registra excesos porque es una nota corta de cuatro párrafos concretos. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|--|
| Congruencia | Adecuada. Correlaciona el último párrafo con el resto de la información. |
| Contundencia | Incluye un dato de interés ya que toca el tema de afectación para cierto grupo de población. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Entrada de incidentes múltiples. Dentro del lead detalla el hecho y, en los párrafos subsiguientes, correlaciona con otras implicaciones el mismo hecho. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Es una noticia de tipo de interés público ya que informa un hecho de afectación general. |

La tercera noticia seleccionada se titula: Tribunal anunciará fallo judicial. Se imprime en diario El Telégrafo en la edición del día lunes 1 de noviembre de 2010.

TITULAR

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|--------------------------|---|
| Tipo | Titulación perteneciente al tipo informativo porque se titula a una sola línea. Difunde un hecho cotidiano. |
| Atención | El titular registra su atención en el interés, en este caso del fallo judicial. |
| Usos de verbos activos | No registra uso de verbos activos. |
| Usos de gerundios | No registra el uso de gerundio. |
| Uso de dos líneas | No registra uso de dos líneas. |
| Uso de tres o más líneas | No registra uso de tres o más líneas. |

| | |
|---------------------------|--|
| Orientación | La orientación es de corte político judicial en torno a un hecho de interés. |
| Jerarquía | El titular abarca el espacio de cuatro columnas con las siguientes dimensiones: ancho (16,5cm) x largo (1cm), su tamaño es mediano, lo cual evidencia una jerarquía de orden secundario. |
| Adjetivación | No registra el uso de adjetivación. |
| Elementos complementarios | No ubica subtítulos ni orejas informativas. Presenta imagen con pie de foto. |

LEAD/ ENTRADA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------------------|---|
| Tipo | Utiliza la técnica de pirámide invertida. Contiene información de acción y responde a dos preguntas: qué y quién. |
| Direccionalidad | Información de difusión de un acontecimiento de conocimiento público. |
| Manejo e inclusión de datos | Es concreta ya que incluye la posible consecuencia y el implicado en la misma. |
| Número de palabras utilizadas | Abarca un número de 23 palabras. Utiliza la técnica ortodoxa para el lead porque registra menos de 35 palabras. |
| Coherencia | Ubica una redacción adecuada con pausas y puntuaciones legibles. No repite conectores ni redunda en expresiones. |
| Excesos | No presenta excesos. |

CUERPO/ DESARROLLO DE LA NOTICIA

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|-------------------|--|
| Correspondencia | Los seis párrafos corresponden a la técnica aritmética. En los párrafos subsiguientes al lead se amplía las preguntas del qué y quién. |
| Profundidad | Utiliza la jerarquización descendente de una manera técnica, de acuerdo a la técnica. |
| Inclusión | Ubica expresiones de fuentes involucradas en el hecho. |
| Contextualización | Presenta todas las aristas e incidentes posibles alrededor del hecho relatado. |
| Sustento | No incluye citas de textos legales o estatutos de que den soporte al hecho |
| Excesos | No registra excesos, es una nota concisa. |

CIERRE/ FINAL

| CARACTERÍSTICA | DESCRIPCIÓN |
|----------------|--|
| Congruencia | Adecuada. Tiene relación con el resto de los datos e informaciones. |
| Contundencia | Incluye un dato de contraposición en cuanto al posible fallo. Este elemento dinamiza la estructura y contrasta otras fuentes y puntos de vista de los actores de la información. |

ESTRUCTURA DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|--|
| Estructura aritmética. Los párrafos desarrollados amplían las dos preguntas del lead: qué y quién. |

TIPO/CLASE DE NOTICIA

| DESCRIPCIÓN |
|---|
| Es una noticia de tipo simple ya que contiene hechos concretos, contrastables y de conocimiento público difundido a través de los medios. |

CONCLUSIONES

DE LA HIPÓTESIS:

- Se concluye, *a posteriori*, que la hipótesis de trabajo planteada es validada en el proceso de investigación. Sin embargo, cabe apuntar que los periodistas de los rotativos: El Comercio y El Telégrafo si poseen destrezas estilísticas y de redacción para relatar los hechos, debido a que cada medio posee un manual de estilo propio y los capacita constantemente; no obstante, por razones de inmediatez o desconocimiento no logran un trabajo depurado en cuanto al uso de la técnica periodística. Teóricamente la técnica ofrece amplios panoramas para relatar los hechos y estos no se reducen a la pirámide invertida clásica -6 words.- Por tanto, al no trabajar con la amplia variedad de técnicas, la mayor cantidad de hechos a informar repercute en la comprensión adecuada de los acontecimientos cotidianos y, además, incide en el tratamiento adecuado de: fuentes, datos, escenarios y situaciones. Es un error, tanto de medios como de profesionales, reducir la técnica a su mínima expresión.

DEL GÉNERO PERIDÍSTICO DE LA NOTICIA:

- La objetividad en el relato de los hechos por parte del profesional es imposible. El ser humano, a pesar de tener voluntad de imparcialidad, siempre va a relatar los hechos desde su horizonte de sentido y desde su realidad, lo cual descarta la idea del ser eminentemente objetivo. Sin embargo, se puede llegar a ser lo más objetivo posible a través de: un estudio a fondo de la situación, un trabajo comprometido, una buena aplicación y comprensión de la técnica y, sobretodo, a través de una voluntad informativa y vocación periodística.
- Ha demostrado ser un género de adaptación acorde a los tiempos y contextos vividos por las sociedades, pero a pesar de ello no ha perdido su esencia de informar los hechos y acontecimientos. Los nuevos retos de adaptación que enfrenta son: hipertextualidad, interactividad, espacios cibernéticos,

acontecimientos *flash*, erosión de la pirámide invertida clásica y esquemas de relatos de siglos pasados, entre otros.

- Es, fue y será un hecho eminentemente factual; es decir, persigue hechos concretos. Es empírica ya que contrasta datos reales y comprobables. Posee la voluntad de ser objetiva, en cuanto a su contenido y tratamiento, ya que desestima las opiniones del redactor y; además, jamás podrá ser un género de opinión.

DE LOS *MASS MEDIA* Y EL DISCURSO DEMOCRÁTICO:

- Los *mass media* no favorecen a la democracia en virtud de dos razones: a) representan sectores de poder y grupos económicos y; b) Utilizan a la propaganda como concepto “democrático” para la adhesión de masas sin dejar espacio a la reflexión.
- Los *mass media* instrumentalizan y gestionan opiniones a través de sistemas estructurados de persuasión: cine, tv, radio, revistas, entre otros. Cumplen con una función de vigilancia del entorno para mantener el *status quo*. Por tanto, es insostenible el discurso a favor a la democracia.
- Los *mass media* son los propios causantes de la entropía sistemática, de la desadaptación social, de las disfunciones narcotizadoras y de la ruptura de la física social, además son responsables de la apatía y el desencanto de los organismos vivos. Estas afirmaciones pueden ser sostenidas por la siguiente ponencia lógica:

Medios = funciones (M=F);

Funciones = tareas repetitivas (F = TR);

Tareas repetitivas = seres irreflexivos (TR =SI);

Seres irreflexivos = Organismos vivos alienados (SI = OVA)

- El *feed back* es una simple respuesta de adaptación o desadaptación por parte del organismo vivo a la información recibida -en términos funcionalistas-. No constituye una justificación democrática al decir, que en la lógica de los *mass media*, el receptor es un actor activo en el proceso de comunicación.

DE LA DIMENSIÓN DEL SER HUMANO Y EL SER SOCIAL:

- La sociedad no es solamente un esqueleto funcional sino una unidad biológica de interacción e interinfluencia que debería basarse en la honestidad y el respeto por la opinión ajena, promoviendo entre sus semejantes actitudes de cooperación.
- Cultura, lengua, tradiciones, costumbres e idiosincrasia son patrimonios e instituciones sociales que configuran un marco de dimensión e identificación del ser social. No pueden ser concebidas como elementos sueltos, sino más bien deben ser tomados como elementos vinculantes.
- Religión, *Mass media*, Estado, Democracia, Paradigmas y Filosofías son constructores de realidades y marcos de identificación-referencia para el ser humano y las culturas; sin embargo, ninguno de ellos refleja la verdad última del bien común o el bien individual. Son escenarios abiertos a elección, interpretación, debate y análisis en las sociedades humanas.
- Estructuras, modelos y sistemas derivan, casi siempre, en construcciones de poder que conjugan un *status quo* definido y que representa: intereses, favoritismos, divisiones y conflictos. Sin embargo, todo ser humano necesita participar de alguno de ellos para sentirse identificado y ser parte de algo -debido a su naturaleza de ser social-.
- La naturaleza del ser social es comunicativa y se alimenta de la información dispuesta a su alrededor. Por tanto, ni los *mass media* ni ningún otro grupo de voluntad comunicativa-informativa, pueden generar opinión pública real a favor de toda la sociedad ya que generan discursos propios o a favor de ciertos grupos.
- La comunicación es vehículo de entendimiento del ser humano; no obstante, es el mismo ser humano el que la instrumentaliza, la estructuraliza y la plantea como teoría crítica.

RECOMENDACIONES:

- El profesional de la comunicación y el periodismo debe sentir una vocación para ejercer de una manera plena y satisfactoria el ejercicio profesional. Esto significa: capacitación constante, investigación, lectura, pluralismo, apertura y serenidad rigurosa al momento de cubrir la realidad y los acontecimientos.
- La técnica de la noticia, al igual que los demás géneros periodísticos, conllevan la necesidad de nuevos tratamientos y procesamientos que superen el carácter escueto y frío, en procura de presentar hechos concretos, contrastables y evidentes susceptibles a verificación y confrontación.
- La amplia variedad de técnicas demuestran que la noticia no se reduce al resumen de preguntas básicas en el lead informativo. Se debe tomar en cuenta que existen hechos, situaciones y acontecimientos que no se los pueden ni deben abordar desde un solo escenario, sino más bien entenderlos y ubicarlos en el relato adecuado. Para esto, la técnica nos ofrece un sinnúmero de entradas y esquemas de narración que rompen con el dogma de la pirámide invertida clásica.
- Los rotativos constituyen un cuerpo organizado, sistematizado y relacionado en cuanto a la publicación de sus contenidos. Es menester, entonces, estudiarlos minuciosamente y descubrir sus particularidades con respecto a: morfología, contenido y tendencia editorial.
- El profesional del periodismo debe basar su trabajo en el manual deontológico, en una ética a favor de la sociedad y; sobretodo, debe manejar una imagen de credibilidad a través del cumplimiento ortodoxo y oportuno de su ejercicio cotidiano.
- La libertad de acción y de opinión, reflejados en un medio de comunicación, deben manejarse en un escenario de respeto, serenidad y razonamiento lógico al momento de manejar información o difundir una opinión. Teniendo claro, de antemano, las responsabilidades sobre los contenidos y expresiones del trabajo presentado a la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA:

1. AUZIAS, Jean, Marie, *El Estructuralismo*, 2^{da}. Edición, Editorial Alianza, Madrid, 1970.
2. BARRERA, Carlos, *Historia del Periodismo Universal*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ariel, Barcelona, 2004.
3. BELTRÁN, Luis, Ramiro, “Discurso de inauguración de la IV mesa redonda sobre comunicación y desarrollo”, Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL), Lima, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993.
4. BODGAN, Radu, “*Information*”. En *Handbook of Mathaphysics and Ontology*, 1^{ra}. Edición, Philadelphia, 1991.
5. BUITRÓN, Rubén, y ASTUDILLO, Fernando, *Periodismo por dentro*, Ediciones CIESPAL, Quito, 2005.
6. CALVIMONTES, Jorge, *El Periódico*, 1^{ra}. Edición, Editorial Trillas, México, 1987.
7. CALVO, Hernando, Manuel, *Ciencia, Tecnología y Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Quito, 1971.
8. CALVO, Hernando, Manuel, *Manual de Periodismo Científico*, 1^{ra} Edición, Editorial Bosch, Barcelona, 1997.

9. CANTAVELLA, Juan, y, SERRANO, José, Francisco, *Redacción para periodistas: Informar e interpretar*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ariel, Barcelona, 2004.
10. DE FLEUR, Melvin, *Teorías de la Comunicación Masiva*, 2^{da} Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires, 1970.
11. DE FLEUR, Melvin, y BALL-ROKEACH, Sandra, *Teorías de la Comunicación de Masas*, 5^{ta}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1993.
12. ENTEL, Alicia, *Teorías de la comunicación*, 2da. Edición, Editorial Hernandariás, Buenos Aires, 1995.
13. FISKE, John, *Introducción al Estudio de la Comunicación*, 1^{ra}. Edición, Editorial Norma, Colombia, 1982.
14. FONTCUBERTA, Mar de, *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*, 3^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1998.
15. GARGUREVICH Juan, *Géneros Periodísticos*, 1^{ra}. Edición, Editorial Belén, Quito, 1982.
16. GÓMEZ, Josep y MARÍN Enric, *Historia del Periodismo Universal*, 1^{ra}. Edición, Editorial Síntesis, Madrid, 1999.
17. GRIJELMO, Álex, *El Estilo del Periodista*, 16^{ava}. Edición, Editorial Taurus, México 2008.
18. GUBERN, Román, *El Eros Electrónico*, 1^{ra}. Edición, Editorial Taurus, Bogotá, 2000.

19. HALLO, Wilson, *Síntesis Histórica de la Comunicación y el Periodismo en el Ecuador*, 1^{ra}. Edición, Fundación HALLO, Ecuador, 1992.
20. HALPERÍN, Jorge, *La Entrevista Periodística: Intimidades de la Conversación Pública*, 1^{ra}. Edición, Editorial Aguilar, Buenos Aires, 2008.
21. KAPUSCINSKI, Ryszard, *Los cinco Sentidos del Periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, 1^{ra}. Edición, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.
22. MACBRIDE, Sean, *Un Solo Mundo, Voces Múltiples Comunicación e Información en nuestro tiempo*, 2^{da}. Edición, Fondo de Cultura Económica, México D.F., 1987.
23. MADRID, Dimitri, “*Diseño de la Investigación Plan de Tesis*”, Módulo Académico. Universidad Central del Ecuador, Marzo de 2010.
24. MADRID, Dimitri, “*Epistemología de la Comunicación*” Módulo Académico. Universidad Politécnica Salesiana.
25. MARQUEZ, Alexis, *La Comunicación Impresa: Teoría y Práctica del Lenguaje Periodístico*, 2^{da}. Edición, Editorial Vandell, Caracas, 1996.
26. MATTELART, Armand, y Michéle, *Historias de las Teorías de la Comunicación*, 1^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1997.
27. MOULOU, Noel, y otros, “*Dialéctica y estructuralismo*”, 1^{ra}. Edición, Editorial Orbelus, Buenos Aires, 1969.
28. MUÑOZ, Blanca, *Cultura y Comunicación Introducción a las Teorías Contemporáneas*, 1^{ra}. Edición, Editorial Barcanova, Barcelona, 1989.

29. PRIETO, Castillo, Daniel, “Palabra e Imágenes Para la Comunicación Impresa. Curso a Distancia en Comunicación Impresa”, Impresión: Artes Gráficas Silva, Quito, 1996.
30. REGALADO, Luis, “Metodología de la Investigación Científica”, Módulo Educativo. Universidad Politécnica Salesiana.
31. RIBADENEIRA, Jorge, *El Comercio 100 años de historia y testimonios*, 1^{ra}. Edición, Editorial Ediecuatorial, Ecuador, 2006.
32. TORRICO, Erick, *La Tesis en Comunicación, elementos para elaborarla*, La Paz-Bolivia, 1997. (Incluido en: Diseño de la Investigación Plan de Tesis. MADRID Dimitri)
33. VAN DIJK, Teun, *La Noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*, 1^{ra}. Edición, Editorial Paidós, Barcelona, 1990.
34. VIVALDI, Martín, *Géneros Periodísticos*, 5^{ta}. Edición, Editorial Paraninfo, Madrid-España, 1993.
35. WARREN, Carl, *Géneros periodísticos Informativos*, 2^{da}. Edición, Editorial A.T.E, Barcelona, 1975.
36. ZECCHETO, Victorino, *La Danza de los Signos*, 1^{ra}. Edición, Ediciones ABYA-YALA, Quito, 2002.

ANEXOS

ANEXO I

ESTUDIO MORFOLÓGICO DIARIO EL COMERCIO

I. La Personalidad del periódico.

Pautas de análisis:

- a) La publicación debe ser impresa
(x)
- b) Presentarse en serie continua y bajo un mismo título
(x)
- c) Ejemplar fechado acorde al día
(x)
- d) Ejemplar numerado en serie desde el primer ejemplar
(x)

A. Registro de Identificación. Tiene que ver con la identidad y características del periódico, enfocado en los siguientes aspectos:

- a) El Nombre: Diario EL COMERCIO.
- b) El Lugar de residencia de la administración y de la redacción: Quito, DM, Avenida Pedro Vicente Maldonado 11515.
- c) Las indicaciones que pueden acompañar al nombre: DIARIO INDEPENDIENTE.
- d) La periodicidad: Diaria.
- e) El momento de la aparición: Matutino.
- f) La zona principal de difusión: Nivel Nacional.
- g) El tiraje:
 - Lunes a viernes 80000 ejemplares
 - Sábado 100000 ejemplares
 - Domingo 120000 ejemplares

h) La fecha del primer número: Lunes, 1 de enero de 1906.

i) El precio:

- Lunes a viernes USD 0,50
- Sábado USD 0,65
- Domingo USD 1,00

j) Las características excepcionales de la vida del periódico:

- La idea de fundar diario EL COMERCIO surge en enero de 1905 de la iniciativa de los hermanos César y Carlos Jácome (empresarios), quiénes junto al periodista Celiano Monge, gestan la idea de fundar un periódico de diaria circulación cuyo desarrollo y manejo sea independiente y serio; a diferencia -en su concepción- de los demás rotativos, de acuerdo a la realidad socio-política de la época. Posteriormente, para capitalizar el proyecto, se unió un cuarto socio, el odontólogo Alejandro mata. Así, el primero de enero de 1906, tras haber conseguido asesoramiento desde los Estados Unidos para montar su empresa y haber adquirido las maquinarias necesarias se emitió el primer número del periódico.
- De los socios fundadores solo quedaron los hermanos Jácome ya que Celiano Monge se retiró y Alejandro Mata carecía de voluntad periodística. Al mismo tiempo, empiezan a plasmarse los primeros editoriales, las primeras columnas y las crónicas en las diferentes secciones del periódico.
- El 15 de enero de 1908 el diario es clausurado por orden del intendente coronel Ulpiano Páez. La empresa deposita la cantidad de 10 mil sucres, a modo de garantía, y reabre sus operaciones al cabo de quince días bajo la condición de no intervenir en política.
- En 1925 no se publica información acerca de las jornadas del 10 de julio ya que soldados impidieron la impresión de notas acerca de la revolución.

- EL COMERCIO firma un contrato con la agencia de noticias internacional Associated Press en el año de 1930.
- Del 29 de agosto hasta 1° de agosto de 1932 se suspende la circulación del diario debido a la guerra de los cuatro días.
- Carlos Mantilla Jácome quedaría como el único de los cuatro socios fundadores del medio luego de una separación de negocios con su hermano.
- La inauguración de nuevas prensas, linotipos y material técnico representaría una nueva etapa institucional en el año de 1937.
- Vespertino, ÚLTIMAS NOTICIAS, aparece hacia el 8 de junio de 1938 con aceptable acogida entre el público.
- Segundo encarcelamiento de Jorge Mantilla Ortega, en el gobierno de Velasco Ibarra, luego de informar sobre una sesión reservada para imponer sanciones a dirigentes del gobierno de Arroyo del Río.
- El 12 de febrero de 1949 un incendio destruye gran parte del edificio e instalaciones de El Comercio y de Radio Quito debido a la radio teatralización de “La guerra de los mundos.”
- Hacia el 3 de noviembre de 1949 vuelve a editarse El Comercio con la reconstrucción de la prensa con un nuevo taller de fotograbado, una tituladora y una máquina de interlineado.
- Se constituye la compañía anónima El Comercio en el año de 1952.
- Jorge Mantilla recibe en 1949 el premio *Mergenthaler* de la SIP por su trabajo a favor de la libertad de prensa.
- Se celebra, en 1956, el cincuentenario del periódico con una edición especial de 168 páginas.
- La colocación de la primera piedra del nuevo edificio ubicado en San Bartolo, al sur de la ciudad, se celebró el 1° de septiembre de 1968.
- Al siguiente año, 1969, se establece legalmente que Grupo El Comercio no tiene relación laboral con los voceadores y; conjuntamente, se premia al rotativo con el reconocimiento de la Sociedad Interamericana de Prensa.

- El 18 de diciembre de 1972 se encarcela a Eduardo Galárraga, presionado para revelar una fuente, que al final no la develó.
- Traslado del periódico: maquinarias, linotipos y personal al la agencia de San Bartolo. 1973
- Fallece Jorge Mantilla Ortega, en el año de 1979, a causa de un accidente de tránsito.
- En 1981 se celebran los 75 años de vida institucional.
- La única huelga laboral se registra en 1984, dura pocas horas.
- Guadalupe Mantilla de Acquaviva es elegida presidenta en el año de 1985. La vicepresidencia queda a cargo de Morena de Mantilla, viuda de Jorge Mantilla Ortega.
- La edición número 30000 se imprime el 24 de febrero de 1987.
- En 1996 Radio Platinum -de Grupo El Comercio-, realiza sus primeras transmisiones.
- La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) premia al rotativo por la cobertura e investigación sobre la caída del ex presidente Abdalá Bucaram en el año de 1998.
- Septiembre de 2003: El articulista Rodrigo Fierro fue sentenciado a 6 meses de prisión por presuntas injurias calumniosas. Cargos presentados por el ex presidente León Febres Cordero.
- El 18 de noviembre de 2003, en un comunicado de primera página, el periódico reitera su compromiso con la libre expresión y destaca que bajo ninguna circunstancia caerá en la provocación de ser un contradictor político del Gobierno (Presidencia de Lucio Gutiérrez), ya que es un medio independiente y no militante.
- Transparencia Internacional premia a la institución en 2004 por su investigación sobre la corrupción en la Función Judicial.
- En 2005 se declara año jubilar.
- El primero de enero del 2006 se celebra el centenario de El Comercio.

- k) El formato: Estándar. Tabloide o tamaño mediano, bajo las siguientes características: ancho (31,6cm), largo (56cm), media de columnas por página (6).
- l) El número de páginas: La recolección de periódicos para el análisis morfológico se realizó desde el día jueves 7 de julio de 2011 al jueves 14 de julio de 2011.
- Jueves 7: 32 páginas.
 - Viernes 8: 34 páginas.
 - Sábado 9: 32 páginas.
 - Domingo 10: 40 páginas.
 - Lunes 11: 38 páginas.
 - Martes 12: 34 páginas.
 - Miércoles 13: 32 páginas.
 - Jueves 14: 32 páginas.
- m) El número de columnas por cada página: 6 columnas en la mayoría de secciones; y 5 columnas en secciones secundarias.
- n) El número de ediciones: Actualizar dato.
- o) La zona cubierta por cada edición: Nivel nacional.

B. Expediente de Identidad. Datos recopilados en función de la estructura jurídica (línea y acción política) y financiera del rotativo, así como también de la organización de los recursos y talentos.

- a) Estructura jurídica y financiera:

CONSEJO EDITORIAL:

| NOMBRE | CARGO |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| Sra. Guadalupe Mantilla de Acquaviva | Directora General |
| Ec. Andrés Hidalgo | Presidente Ejecutivo |
| Sr. Jorge Ribadeneira | Director (Últimas Noticias) |
| Ec. Abelardo Pachano Bertero | Miembro del Consejo Editorial |

| | |
|---------------------------|---|
| Dr. Fabián Corral | Miembro del Consejo Editorial |
| Lcdo. Marco Arauz | Subdirector General |
| Lcdo. Fernando Larenas | Editor General |
| Sr. Gonzalo Ruiz | Subdirector Adjunto |
| Lcdo. Miguel Rivadeneira | Director de Noticias (Ecuador Radio) |
| Lcdo. Darwin Massuh | Editor Gerente |
| Lcdo. Rubén Darío Buitrón | Editor de Información |
| Lcdo. Arturo Torres | Editor de Investigación |
| Lcdo. Martín Pallares | Editor www.elcomercio.com |
| Lcdo. Carlos Mora | Editor General (Últimas Noticias) |

GERENCIAS:

| NOMBRE | CARGO |
|----------------------|--------------------------------------|
| Ing. Carlos Navarro | Gerente Financiero |
| Ing. Pablo Cárdenas | Gerente Administrativo |
| Dr. Raúl Cedeño | Gerente de RRHH |
| Ing. Carlos Vivas | Gerente de Distribución |
| Lcda. Gloria Jiménez | Directora de Relaciones Públicas |
| Sr. Roberto Acosta | Encargado de Centro de Documentación |
| Sr. Ponto Montenegro | Director Gráfico |

ASITENTES:

| NOMBRE | CARGO |
|---------------|--------------|
|---------------|--------------|

| | |
|---------------------|-------------------------------------|
| Verónica Estupiñan | Secretaria de Dirección General |
| María Asunción Báez | Secretaria de Presidencia Ejecutiva |
| Marianela Padilla | Secretaria General |

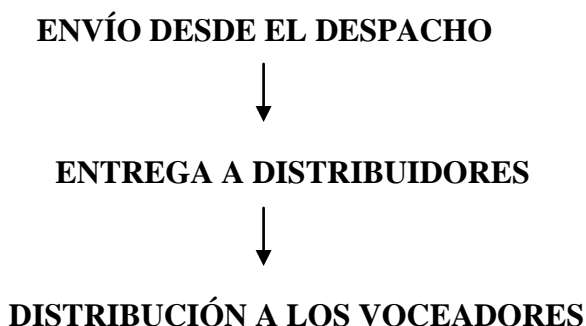
b) Condiciones de impresión:

- Maquinaria de impresión para papel periódico: EL COMERCIO, ÚLTIMAS NOTICIAS, REVISTA LÍDERES.- Marca Goss Urbanite 1994.
- Maquinaria de impresión para revistas en papel LWC tamaño estándar: FAMILIA, XONA, PANDILLA, CARBURANDO.- Marca Rotativa Manroland 2009.

c) Condiciones de distribución:

Se envían dos ediciones: a) La primera se imprime a las 19:30 para ser enviada hasta las provincias del país; b) La segunda se imprime a las 21:30 por cambios que puedan suceder en el transcurso de la tarde para ser cambiado en la edición que se difunde en la ciudad de Quito.

El procedimiento para la realizar la cadena de distribución de los productos gráficos del Grupo EL COMERCIO se lo realiza de la siguiente manera:



c.1) Distribuidores del producto:

Los distribuidores del producto son personas naturales ajenas al Grupo EL COMERCIO; es decir, son personas que llegan al despacho para adquirir el material noticioso y posteriormente lo distribuyen entre sus voceadores.

d) Organización de la redacción:

EDITORES

| NOMBRE | CARGO |
|--------------------------|---------------------------------|
| Lcdo. Carlos Rojas | Editor de Política |
| Lcdo. César Augusto Sosa | Editor de Negocios |
| Lcdo. Diego Montenegro | Editor de Quito |
| Lcdo. Dimitri Barreto | Editor Judicial |
| Lcdo. Marcos Vaca | Editor Espectáculos |
| Lcdo. Tito Rosales | Editor de Deportes |
| Lcdo. Agustín Eusse | Editor de Mundo y Siete Días |
| Lcda. Gabriela Quiroz | Editora de Sociedad |
| Lcdo. Byron Rodríguez | Editor Crónica |
| Lcda. Ivonne Guzmán | Editora Cultura |
| Lcda. Andrea Rodríguez | Editora de Ciencia y Tecnología |
| Lcda. Betty Jumbo | Editora Ecuador |
| Lcdo. Víctor Vizuite | Editor Sección Construir |
| Lcdo. Ernesto Fonseca | Editor Nocturno |
| Lcdo. Marco Jurado | Editor de Cierres |
| Lcda. Mónica Mendoza | Editora Regional Guayaquil |
| Lcdo. Xavier Basantes | Editor Revista Líderes |

| | |
|----------------------|-----------------------------------|
| Sra. Laura de Jarrín | Editora de Revistas |
| Lcdo. Carlos Mora | Editor General (Últimas Noticias) |
| Sr. César Montalvo | Corrector de Estilo |
| Sr. Carlos Carcelén | Corrector de Estilo |

ARTICULISTAS:

| NOMBRE | CARGO |
|-----------------------------|-------------|
| Fabián Corral B. | Articulista |
| Jorge Salvador Lara | Articulista |
| Enrique Echeverría G. | Articulista |
| Benjamín Rosales Valenzuela | Articulista |
| Miguel Rivadeneira Vallejo | Articulista |
| Roque Sevilla Larrea | Articulista |
| Roberto Fierro Benítez | Articulista |
| Alfredo Negrete | Articulista |
| Miguel Macías Carmigniani | Articulista |
| Milagros Aguirre | Articulista |
| Ana María Correa Crespo | Articulista |
| Roberto Salas Guzmán | Articulista |
| Abelardo Pachano | Articulista |
| Gonzalo Ruiz Álvarez | Articulista |
| Enrique Ayala Mora | Articulista |
| Pablo Ortiz García | Articulista |

| | |
|---------------------------|-------------|
| Diego Cevallos Rojas | Articulista |
| Jorge G. León Trujillo | Articulista |
| León Roldós Aguilera | Articulista |
| Patricio Quevedo Terán | Articulista |
| Manuel Terán | Articulista |
| Sebastián Mantilla Baca | Articulista |
| Carlos Larreategui | Articulista |
| Benjamín Fernández Bogado | Articulista |

CORRESPONSALES:

| NOMBRE | CARGO |
|--------------------------|------------------------|
| Lcda. Mónica Mendoza | Corresponsal Guayaquil |
| Lcdo. Giovanni Astudillo | Corresponsal Cuenca |
| Lcdo. Dennis Rodríguez | Corresponsal Colombia |
| Lcdo. Santiago Estrella | Corresponsal Argentina |

Nota: Diario EL COMERCIO, tiene alianzas estratégicas para recibir información de las agencias internacionales REUTERS y AFP.

e) Línea y acción política:

Diario EL COMERCIO se presenta ante la sociedad como un medio de carácter independiente. La línea de acción editorial es consecuente desde sus inicios, a partir del año de 1906, con el prospecto difundido en su primera edición. Dentro del contenido del mismo se plantean las ideas de una prensa independiente al servicio de la opinión pública en pro del progreso de la humanidad. Así mismo, propone un trabajo enmarcado dentro de la verdad y a favor de la recta conciencia, dejando de lado la difamación y el insulto.

Se practica la filosofía de la tolerancia hacia los demás medios y su visión propone que se presente la realidad al público con el manejo de una información: independiente, veraz y objetiva.

Por otro lado, el periódico reitera su compromiso con la libre expresión y destaca que bajo ninguna circunstancia caerá en la provocación de ser un contradictor político, sino que ejercerá una función periodística de contrapoder. Se reconoce la condición de independencia alegando que, desde sus inicios, se ha alejado de la prensa partidista al servicio de grupos políticos. A pesar de pertenecer a una sociedad de mercado, los directivos y editores del rotativo afirman que su trabajo no responde a las reglas de la oferta y la demanda, ni tampoco venden mercancías; contrario a ello, afirman que su trabajo está del lado del público y a favor de la sociedad en general.

II. La morfología del periódico.

El estudio del periódico en sí mismo a través del análisis de sus componentes. Elementos de juicio:

A. Elementos de estructura interna. Las páginas son el componente clave y encierran, cada una de ellas, una concordancia con el resto de ellas; es decir, no son elementos aislados. El estudio de las páginas se divide en:

- a) La primera página o portada: Diario EL COMERCIO presenta su primera página dividida en tres espacios:
 - Primer espacio: Constituye el encabezado. Presenta, como primer elemento, la fecha de edición del ejemplar acompañado del nombre de la ciudad (Quito) alineado en la parte superior izquierda. En la parte derecha, a la misma altura de la fecha, se sitúa la dirección electrónica: www.elcomercio.com

En la segunda parte del encabezado se identifica el nombre del rotativo: EL COMERCIO, acompañado de los siguientes datos informativos: año y número de edición, situados al costado izquierdo del nombre. Al costado contrario se encuentran los datos de: precio, descripción de suplementos y número de páginas.

- Segundo espacio: Como elemento visual de atención se coloca una fotografía que muestra la noticia de interés del día. Acompañado a la imagen se ubica: un titular, breve descripción de la fotografía, número de página de la información de la noticia y un pie de foto destacado.

Debajo del elemento visual se encuentra un titular de 2 o 3 líneas (dependiendo la disposición de cada edición) acompañado de un subtítulo, un lead resumen y el número de página de ampliación de la noticia.

- Tercer espacio: Descripción de otras noticias importantes correspondientes a las demás secciones, que generalmente ubican una fotografía contextual mediana, seguido también de un subtítulo, lead resumen y el número de página de la información.

Así mismo en la parte derecha se plasman dos *side-bar*. En el primero se encuentra un recuadro del personaje entrevistado, con información de apoyo; luego en un orden descendente, se ubican noticias de otras secciones con sus respectivas descripciones y número de página de ampliación. En el segundo *side-bar* se ubican tres recuadros: en el primero, se puede encontrar la orientación de la sección opinión con una descripción del editorial del día; en el segundo, se ubica el índice del periódico y; finalmente, se coloca un cupón publicitario recortable.

En la parte baja, y como últimos elementos de la primera página, se coloca un *side-bar*, a lo largo de la hoja, donde se encuentran datos del contenido relevante de la web y la programación de radio Quito - propiedad de Grupo El Comercio-.

b) Las páginas especializadas: Son las unidades separadas del resto del periódico, elementos independientes en cuanto a su contenido, forma, organización y estructura.

- Viernes 8 de julio de 2011: La edición del día contiene dos páginas y/o espacios independientes con respecto al contenido estructural del periódico.

El primero se trata de un espacio denominado: “LA TRINCHERA DEL HUMOR... con animus jocandi”, ubicado en la página número cinco; en el cuál, se ejerce una reflexión humorística de la realidad socio política que vive el país con respecto a la estructura de poder y sus decisiones. Se plasman pequeños artículos satíricos firmados por pseudónimos, acompañados de imágenes y caricaturas jocosas, que contextualizan el escenario y los acontecimientos cercanos sucedidos a los días próximos a la edición. La estructura visual y la disposición de los elementos de esta página rompen con la organización presentada en el resto del periódico. Por tanto, se puede considerar que esta página es independiente a la estructura general del rotativo, pese a incluirse dentro del mismo.

El segundo espacio presenta, en su página número ocho, una hoja con las informaciones del periódico norteamericano THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS; en la cual, se difunden las principales informaciones del acontecer de aquella región. Esta página es independiente al contenido y línea de acción del medio ya que presenta textualmente las informaciones de un rotativo internacional.

- Sábado 9 de julio de 2011: La edición sabatina presenta tres elementos suplementarios a la estructura del periódico, cuyo contenido se puede considerar de carácter independiente a la edición, más no a la institución de GRUPO EL COMERCIO.

El primer suplemento se denomina: “CONSTRUIR”. Se trata de un cuaderno especializado en temas de arquitectura e ingeniería en donde se

profundizan temas técnicos de dichas áreas. La información que maneja esta sección especializada es de carácter global; es decir, que mezcla lo interno con lo externo; lo nacional con lo internacional. Se puede apuntar entonces que este cuaderno es mixto en su contenido. Tiene un formato estándar, igual a las demás hojas del periódico, y una extensión de 8 páginas numeradas del 1 al 8, lo que quiere decir que es una numeración independiente a las 32 páginas que contiene el periódico en la edición de este día.

La revista infantil “SÚPER PANDILLA”, es el segundo suplemento presentado en la edición del día. Sus características morfológicas son las siguientes: ancho (21,1 cm); largo (27cm); contiene 16 páginas contando la portada y contraportada. Su impresión se la realiza en hojas de papel tipo periódico y contiene elementos visuales y fotografías infantiles. Dentro de sus notas, crónicas y reportajes el elemento común es la sorpresa e imaginación para acercar un poco más la lectura a los infantes. Así mismo contiene juegos visuales, juegos prácticos, chistes, pequeños crucigramas y adivinanzas.

Como tercer suplemento del día se destaca la revista automovilística especializada “CARBURANDO” Sus características morfológicas son las siguientes: ancho (24 cm); largo (29 cm); contiene 56 páginas contando la portada y contraportada. La impresión de la portada y contraportada, así como también de hojas de propaganda incluidas dentro de la revista, se la realiza en papel cuché, y las demás hojas de la revista se imprimen en papel de tipo periódico. La información que maneja la revista se basa en automovilismo especializado, trae consigo reportajes acerca de eventos deportivos como: rally, fórmula uno, carrera de motos, go cars, entre otras disciplinas. En sus primeras páginas presenta reportajes de los automóviles y motos de vanguardia en el mercado. Estos reportajes son de tipo técnico ya que contienen información y datos de ingeniería mecánica y características propias de cada vehículo. Finalmente presenta

propagandas y promociones de automóviles de venta y repuestos que oferta el mercado ecuatoriano.

- Domingo 10 de julio de 2011: Esta edición destaca tres elementos: dos de ellos suplementarios a la estructura del periódico y; el tercero, es una extensión de la sección avisos que circula del lunes a viernes presentado en formato de cuaderno con una extensión de 18 hojas.

El primer elemento es la revista familiar dominical “FAMILIA”. Sus características morfológicas son las siguientes: ancho (21 cm); largo (27,1 cm); contiene 44 páginas contando la portada y contraportada. La impresión de toda la revista se realiza en papel cuché. La información contenida consta de reportajes, notas, crónicas, entrevistas, informaciones de la web, editoriales y opiniones acerca de temas de actualidad social y cultural; además de anuncios y entretenimiento publicitario que abarca todos los campos del acontecer humano como son: salud, nutrición, ciencia y tecnología, relaciones humanas, cocina, eventos culturales, terapias, cursos, talleres, religión, astrología, música, belleza, vida práctica, agenda cultural, servicios, entre otros temas.

Otro de los elementos suplementarios lo constituye una pequeña revista informativa promovida por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Es una publicación de Fundación Teatro Sucre cuyo título varía de semana en semana, según la temática del contenido a tratar. En el caso de esta edición #68 se titula: “Músicas del mundo 2011”. Las características morfológicas son las siguientes: ancho (21, 1 cm); largo (27,1 cm); contiene 16 páginas contando la portada y contraportada. La impresión de toda la revista se realiza en papel cuché. El contenido informativo de esta edición se enfoca en notas, reportajes e informaciones (tipo de evento, descripción, lugar, hora y costo) sobre: música, teatro, danza y eventos culturales a realizarse en los principales teatros, auditorios y escenarios públicos de la ciudad de Quito: Teatro Nacional Sucre, Teatro México, Teatro Variedades Ernesto Albán, Casa de la Fundación, Plaza del Teatro

y Centro Cultural Mama Cuchara. Cabe señalar que este elemento es totalmente independiente de la estructura del periódico y de Grupo El Comercio, debido a que maneja sus propios contenidos y publicaciones, señalando en su página de presentación, que la institución responsable del contenido, edición y diseño está a cargo de Teatro Nacional Sucre. Además, señala que la pre prensa, impresión y circulación están bajo la responsabilidad de Grupo EL COMERCIO C.A.

El último suplemento publicado en la edición del domingo 10 de julio es el cuaderno de “AVISOS”. Como se señaló anteriormente, es una extensión de una sección regular que se publica del lunes a viernes. La particularidad de esta edición es que es presentada en formato de cuaderno estándar, igual que el resto de las hojas del periódico, y tiene una extensión de 18 hojas de independiente numeración. El contenido informativo de este elemento brinda al lector los avisos pautados por el periódico con instituciones, y/o personas naturales que ofrecen y buscan servicios en diferentes áreas, como son: bienes raíces en alquiler, venta y oportunidades de casas, oficinas, terrenos y locales comerciales; venta, cambio y alquiler de autos; ofertas, oportunidades y remates de artículos para el hogar, artículos agrícolas y forestales, animales, maquinaria industrial, computación, comunicación y mercaderías. También se encuentra la sección de servicios profesionales donde se oferta y se demanda un sinnúmero de oficios que van desde servicios domésticos y artesanos hasta servicios técnicos y profesionales.

- Lunes 11 de julio de 2011: La edición presenta un elemento suplementario ajeno e independiente al medio. Muestra, en su página número ocho, una hoja con las informaciones del periódico norteamericano THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS; en la cual, se difunden las principales informaciones del acontecer de aquella región. Esta página es independiente al contenido y línea de acción del medio ya que presenta textualmente las informaciones de un rotativo internacional.

- Martes 12 de julio de 2011: Aquí se muestra un suplemento especial dirigido al público con el carácter de educativo e informativo. Se encuentra dentro de la estructura general de la edición; sin embargo, su numeración sigue la línea del resto del rotativo. El reportaje espacial se titula: “USTED Y EL CELULAR” La información presentada en este espacio trata la temática de la evolución de los celulares básicos (de primera generación) hasta llegar a los denominados *smart phone* (teléfonos inteligentes) de última generación. Para el desarrollo de este espacio se incluyen: fotografías, ilustraciones, *side bars*, infografías, notas, puntos de vista profesionales y tips que aconsejan sobre los usos de los celulares y su manejo para facilitar la vida de los usuarios.
- Miércoles 13 de julio de 2011: La edición correspondiente a este día trae dos elementos independientes.

En su página número ocho presenta una hoja con las informaciones del periódico norteamericano THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS; en la cual, se difunden las principales informaciones del acontecer de aquella región. Esta página es independiente al contenido y línea de acción del medio ya que presenta textualmente las informaciones de un rotativo internacional.

La revista titulada “EDUCACIÓN” tiene las siguientes características morfológicas: ancho (28 cm); largo (32 cm); contiene 20 páginas contando la portada y contraportada. La impresión de toda la revista se realiza en papel periódico. Es una revista de carácter mensual y su propuesta informativa consta de: notas, reportajes, entrevistas, opinión, guías didácticas y vitrinas pedagógicas que tienen su eje en el ámbito educativo. Muestra, además, consejos para docentes, padres de familia y alumnos acerca de la realidad e innovaciones en el campo de la educación. Se destaca en su contenido el uso de gráficas, fotografías, *side*

bar e infografías y; añade informaciones de instituciones educativas que muestran su propuesta académica.

B. Elementos de la estructura general.

Para el análisis de los elementos de la estructura general se estudia día a día cada periódico en un cuaderno de campo, de manera individual. Sin embargo, la publicación de los datos es una valoración general del periódico obtenido como producto del análisis individual de los rotativos recolectados en la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

VALORACIÓN GENERAL:

- a) Publicidad: Aquí se estudia las características cualitativas y cuantitativas de este ámbito dentro del medio. También se incluyen avisos informativos, convocatorias y comunicados.

- De la disposición espacial (características cualitativas): El espacio que dedica diario El Comercio para publicidad, avisos informativos, convocatorias y comunicados es amplio. Para la ubicación de estas categorías el rotativo divide su contenido en tres grandes secciones y; dentro de ellas, divide su información en secciones cortas de 1 o 2 páginas según la necesidad de los acontecimientos.

En la primera gran sección se ubica, en su mayoría, anuncios publicitarios únicamente. Todos los anuncios se pautan en las páginas impares. Aquí podemos encontrar secciones cortas de: Seguridad, Política, Negocios, Mundo, Opinión, Info general. Como dato adicional y de relevancia se apunta que en la sección corta de opinión no se pautan ni propagandas ni avisos.

En la segunda gran sección se ubican avisos informativos, convocatorias y comunicados de instituciones oficiales y privadas. Es preciso señalar que en esta sección no se incluyen propagandas ni publicidades, salvo contadas ediciones que lo hacen por motivo de reubicación, pero solo en casos excepcionales. Todos los anuncios se pautan en las páginas

impares. Las secciones cortas que aquí se encuentran son las siguientes: Quito, Ecuador, Sociedad, Cultura.

En la tercera gran sección se ubican anuncios publicitarios principalmente. A diferencia de las otras dos grandes secciones aquí se ocupan las páginas pares e impares para su publicación. Consta de las siguientes secciones cortas que son: Deportes, Espectáculos, Clasificados.

- De la medición del espacio utilizado (características cuantitativas): Las medidas y dimensiones de publicidades, avisos informativos, convocatorias y comunicados en general se las puede ubicar en tres categorías según los tamaños y espacios que ocupan a lo largo del rotativo: pequeños, medianos y grandes. Para ello, se realiza una medición de cada uno a lo largo y ancho del mismo. El siguiente recuadro ubica la categorización de tamaños a partir de las medidas tomadas en los anuncios.

| DIMENSIÓN | MEDIDA |
|-----------|------------------------------------|
| Pequeños | 6,9 cm de largo x 4cm de ancho |
| Medianos | 12,5cm de largo x 14,5 cm de ancho |
| Grandes | 13 cm de largo x 29,5cm de ancho |

- De las características generales de los espacios pautados: Diario EL COMERCIO, utiliza gran parte de su contenido para difundir publicidad, avisos informativos, comunicados y convocatorias. Dentro de su morfología imprime, en cada página impar, por lo menos 1/3 del espacio para incluir pautas. Esto quiere decir que el lector se va a encontrar cada dos páginas con algún anuncio publicitario u oficial.
Otro elemento de relevancia es que el periódico realiza una campaña de auto publicidad debido a que incluye en cada edición impresa, por lo

menos, de cuatro a cinco avisos relacionados con precios y promociones de pauta que se pueden realizar en dicho medio.

El número de avisos informativos que el lector puede encontrar incluidos, dentro las páginas del diario, del lunes a viernes es de aproximadamente 25 anuncios. Los fines de semana aumenta el número debido a que suelen traer más páginas de información, especialmente en domingo. En los casos de los fines de semana el lector puede encontrar aproximadamente 30 anuncios.

- De las características especiales de suplementos de instituciones públicas y privadas pautadas en el medio: En ciertas ediciones, especialmente los fines de semana, se pueden encontrar publicidades extraordinarias que son independientes de la estructura del periódico, y que se presentan a manera de suplemento. Los formatos de presentación son variados, dentro de ellos podemos ubicar: *flyers* u hojas volantes, dípticos, trípticos, pequeños apéndices, revistas cortas y cuadernos anexos de tamaño estándar. De su contenido se puede afirmar que son una vitrina de productos, bienes y servicios que se ofertan al público en general, ya sean públicos o privados.

b) Espacio de redacción:

Para calcular la superficie o espacio de redacción que ocupa en cm², por cada hoja, diario EL COMERCIO, se realizan las siguientes operaciones aritméticas:

- Medida general del rotativo: B x A (Base x Altura)

$$B \times A = \mathbf{31,6cm \text{ ancho} \times 56cm \text{ de largo}}$$

- Medida de los márgenes en blanco: MS + MI = EBL; MD + MI = EBA

Margen Superior + Margen Inferior = Espacio en blanco del Largo

$$1,5 \quad + \quad 1,9 \quad = \mathbf{3,4 \text{ cm}}$$

Margen Derecho + Margen Izquierdo = Espacio en blanco del Ancho

$$1,1 \quad + \quad 1,1 \quad = \mathbf{2,2 \text{ cm}}$$

- Superficie impresa a lo largo: SIL = A – EBL

Superficie impresa a lo largo (SIL) = Altura - Espacio en blanco del Largo

$$SIL = 56 - 3,4$$

$$SIL = \mathbf{52,6 \text{ cm}}$$

- Superficie impresa a lo ancho: $SIA = B - EBA$

Superficie impresa a lo ancho (SIA) = Base - Espacio en blanco del Ancho

$$SIA = 31,6 - 2,2$$

$$SIA = \mathbf{29,4 \text{ cm}}$$

- Superficie total de impresión (STI) = $SIL \times SIA / 2$ (B x A)

(STI) = Superficie impresa a lo largo x Superficie impresa a lo ancho

$$STI = 29,4 \times 52,6$$

$$STI = 1546,44$$

$$STI = \mathbf{1546,44 \text{ cm}^2}$$

CONCLUSIÓN: Diario EL COMERCIO ocupa un espacio total de redacción de 1546,44cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: **49486,08 cm²**

c) Títulos:

- Descripción de presentación: Para realizar la descripción de títulos, el análisis se realiza en dos partes: a) en la primera, se estudian los titulares de la primera página del periódico y; b) en la segunda, se analizan los titulares de las páginas internas del periódico.
a) Titulares de la primera página: En la página de presentación encontramos titulares de 1, 2 y 3 líneas de diferentes tamaños, dependiendo la ponderación y diagramación, y cada uno de ellos tiene las siguientes particularidades.

Titulares de una línea: Ocupan espacios desde 2 hasta 3 columnas dependiendo la diagramación y la ubicación gráfica de elementos.

Titulares de dos líneas: Ocupan espacios desde 1 hasta 2 columnas dependiendo la diagramación y la ubicación gráfica de elementos.

Titulares de tres líneas: Ocupan, solamente, espacios de una columna independientemente de la diagramación y la ubicación gráfica de elementos.

b) Titulares de páginas internas: De la misma manera que en la página de presentación, aquí también encontramos titulares de 1, 2, 3 y más líneas. Sin embargo, se pueden identificar algunas diferencias con respecto a la primera página, debido a que dependen a la extensión que tenga la nota periodística desarrollada.

Titulares de una línea: Ocupan espacios desde 2 hasta 6 columnas acorde a la extensión de los mismos y de la nota informativa.

Titulares de dos líneas: Ocupan espacios desde 2 hasta cinco columnas acorde a la extensión de los mismos y de la nota informativo.

Titulares de tres o más líneas: Ocupan espacios, solamente, de 1 hasta 3 columnas, generalmente solo hasta 2.

- Estilo: Dentro de esta categoría se pueden localizar las siguientes características en titulares que van desde una línea hasta tres o más:

Expresivos: Tienen la voluntad de transmitir emociones, escenarios y contextos al público para describir un hecho. Diario El Comercio titula, por ejemplo, en la edición del jueves 7 de julio de 2011: “El salsero Joe Arroyo, una vida de telenovela”

Apelativos: Expresan y resaltan alguna cualidad al escenario, objeto o personaje del cual se habla en la noticia. Un ejemplo de ello lo encontramos en la edición del viernes 8 de julio de 2011: “Araujo, el baluarte de la tri”

Temáticos: Localizan y ubican al público en un escenario, tema o arista en particular. La edición del lunes 11 de julio de 2011 nos recrea un ejemplo: “El fanatismo por Harry Potter crece en todo el mundo”

Informativos: Tienen la voluntad de informar a la comunidad sobre cualquier tema en general, sin afán de impacto ni adjetivaciones. Un ejemplo de título informativo lo podemos encontrar en la edición del martes 12 de julio de 2011 en diario El Comercio: “La inspección técnica a 11943 taxis ejecutivos se inició ayer”

- **Contenidos:** Es de mucha relevancia analizar el contenido de los titulares porque da una pauta acerca de la línea de información que el lector va a recibir. Para la valoración del contenido se pueden definir tres categorías según su afectación y voluntad informativa:

Titulares de una línea: Describe un hecho de manera simple. Generalmente es informativo. Ejemplo: “Argentina goleó y recupero la sonrisa”

Titulares de dos líneas: Se dividen en dos partes ya que evidencian un problema o causa y el posible efecto del mismo. El titular ubicado a dos líneas en diario El Comercio nos da un buen ejemplo: “Colombia gana y cuatro equipos clasificaron”

Titulares de tres líneas: Demuestran las afectaciones a escenarios, lugares o personajes de algún hecho en particular. Dos titulares de tres líneas, publicados en diario El Comercio, ilustran claramente la figura de afectación cuando se titula a tres líneas: “Alcalde debe responder ante la contraloría” (en este caso afecta a una persona); o “Siete días de clausura para el Hotel Marriot” (en este caso afecta a un lugar)

- **Importancia:** En este caso la importancia está dada por el tamaño del titular de 1, 2, 3 o más líneas. Se pueden ubicar tres clases: pequeños, medianos y grandes. Es una característica de impacto, es decir, si la noticia es de relevancia y cercanía con el lector; el titular, sea de una o

más líneas, obviamente será grande y ocupará algunos espacios de párrafo. Los titulares medianos y pequeños son decrecientes en importancia a comparación de los grandes.

d) Ilustraciones:

Como ya se describió anteriormente las ilustraciones son una parte fundamental del contenido morfológico del medio. Incluso las imágenes y fotografías, que dan sustento a la nota, son consideradas como publicidad según Kayser. El siguiente dato obtenido del estudio evidencia el impacto e importancia que tienen las ilustraciones para el rotativo:

El lector se encuentra, cada dos páginas, con algún tipo de ilustración ya sea de publicidad, aviso informativo, comunicado oficial, convocatoria; y dentro de todas las páginas, se ubican fotografías, infografías o *side bar* que dan sustento a la información presentada por el medio de comunicación escrito.

C. La clasificación por materia. Se divide en los siguientes ítems:

C.1 Clasificación por géneros: Diario El Comercio divide su contenido en tres Grandes Secciones, que a su vez, contienen Secciones Cortas de una o dos páginas, dependiendo la importancia. Las tres grandes secciones presentan el siguiente contenido de secciones cortas, variando eventualmente, en fines de semana ya que el periódico tiene más extensión:

Gran Sección 1: Seguridad/ Política/ Negocios/ Opinión / Info General

Gran Sección 2: Quito/ Ecuador/ Sociedad/ Cultura

Gran Sección 3: Deportes/ Espectáculos/ Clasificados

Nota: Los días sábados se incluye en la Gran Sección 3 la temática: “Agrmar”. Los días domingos se incluye en la Gran Sección 2 la temática: “Tecnología”. Y los días lunes se incluye en la Gran Sección 2 la temática: “Lunes Deportivo”.

a) Informaciones:

Para desarrollar la clasificación de informaciones se citan 2 titulares de las notas de la Sección Corta “Seguridad” de diario El Comercio, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día jueves 7 de julio de 2011.

- Jueves 7 de julio de 2011. Sección Corta “Seguridad”:

Nota 1:

Mera: Necesitamos conformar grupos mixtos con la marina

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de dos columnas. Contiene un pie de foto descriptivo
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (24,5cm) x largo (8,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de siete.

Nota 2:

**Gastón A.
sin fecha
para dar
su versión**

Características morfológicas:

- Titular de cuatro líneas que evidencia cierto grado de afectación, en este caso incertidumbre. Ocupa el espacio de una columna.
- No se muestra registro fotográfico.

- El espacio de redacción ocupa una extensión de una sola columna, con las siguientes medidas: ancho (4,7cm) x largo (24,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de siete.

b) Artículos:

Para desarrollar la clasificación de artículos se citan 2 titulares de los artículos de la Sección Corta “Opinión” de diario El Comercio, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día viernes 8 de julio de 2011.

- Viernes 8 de julio de 2011. Sección Corta “Opinión”:

Artículo 1:

Historias contadas

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,6cm) x largo (21cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de diez.
- Articulista responsable: Enrique Ayala Mora.

Artículo 2:

Caos Jurídico

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (19,5cm) x largo (10,3cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de once.
- Articulista responsable: Gonzalo Ruíz Álvarez.

c) Textos que contienen información y comentario: Se subdividen en:

1. Informaciones y comentarios.
2. Informaciones y comentarios asociados.
3. Informaciones que dependen de encuestas, corresponsalías y de reportajes.

Para desarrollar la clasificación de textos que contienen información y comentario se citan 3 casos: los dos primeros tomados de la Sección Corta “Opinión”; y el tercero tomado de la Sección Corta “Ecuador” de diario El Comercio, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día sábado 9 de julio de 2011.

- Sábado 9 de julio de 2011.

Artículo 1:

Provocar y transgredir

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El artículo combina información periodística con el comentario del autor.

- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (19,5cm) x largo (10,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de quince.
- Articulista responsable: Rubén Darío Buitrón.

Artículo 2:

Cooptar o perseguir

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El artículo combina información con el comentario del autor.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (14,5cm) x largo (13cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de siete.
- Articulista responsable: Juan Cuvi (Columnista Invitado)

Reportaje 3:

Guayaquil Busca sus 7 maravillas

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de seis columnas.
- El reportaje muestra dos registros fotográficos grandes de primer plano y cuatro registros fotográficos pequeños de

primer plano también. Acompañan a las imágenes seis infografías descriptivas que dan soporte a las fotografías.

- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas centrales rodeadas de los registros fotográficos que ocupan lo que resta de espacio, con las siguientes medidas: ancho (29,5cm) x largo (48,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de siete.

C.2 Clasificación por origen.

Para desarrollar la clasificación por origen el rotativo de apoyo utilizado es la edición del día lunes 11 de julio de 2011 de diario El Comercio.

a) Material elaborado por el periódico:

Para desarrollar la clasificación de material elaborado por el periódico se analizan las tres Grandes Secciones del periódico, con sus respectivas Secciones Cortas, y su contenido morfológico en cuanto a: noticias, opiniones, columnas, investigaciones, crónicas, entrevistas. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica la Gran Sección y la Sección Corta de la misma, y después se cita el titular y se describe las características morfológicas relevantes del mismo.

- Lunes 11 de julio de 2011.

GRAN SECCIÓN 1

Sección Corta: “SEGURIDAD”

Crónica 1:

‘Se me llevaron USD 200, mis documentos y un reloj’

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter de cita. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía de bloque extremo alineada en la parte superior derecha, con aplicación de la técnica de difuminado. Incluye un recuadro de infografía con porcentajes explicativos acerca del asalto a personas en tres provincias.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (14,5cm) x largo (15,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la crónica es de ocho.

Sección Corta: “POLÍTICA”

Entrevista 1:

‘El periodismo institucional hace pedagogía’

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter de cita. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- La entrevista muestra un registro fotográfico grande de primer plano del personaje entrevistado, cuya ubicación está en el centro de la información. Incluye una infografía con datos argumentativos acerca del entrevistado.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (25cm) x largo (18,2cm)

- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de quince.

GRAN SECCIÓN 2

Sección Corta: “QUITO”

Entrevista 1:

‘Es una ventaja no tener rocas en el subsuelo’

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter de cita. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- La entrevista muestra un registro fotográfico grande de primer plano del personaje entrevistado, cuya ubicación está en el centro de la información. Incluye una infografía con datos argumentativos acerca del entrevistado.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (25cm) x largo (16,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de nueve.

Sección Corta: “ECUADOR”

Reportaje 1:

La época lluviosa disparó el precio de la arveja tierna

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencian causas y efectos, en este caso para el país. Ocupa el espacio de cuatro columnas.
- El reportaje muestra un registro fotográfico grande de primer plano, cuya ubicación está en el centro de la información. Incluye una infografía con datos informativos acerca del producto.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (19,5cm) x largo (25cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de diecinueve.

GRAN SECCIÓN 3

Sección Corta: “LUNES DEPORTIVO”

Nota 1:

Alonso resurge y sube al podio inglés

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencian causas y efectos. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de tres columnas. Contiene un pie de foto descriptivo. Incluye una infografía explicativa sobre las posiciones de la competición.

- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (14,5cm) x largo (38cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de once.

b) Material suministrado por los colaboradores agregados a la redacción del diario:

Para desarrollar la clasificación de material suministrado por los colaboradores internos se analiza la edición del día martes 12 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Martes 12 de julio de 2011

MATERIAL SUMINISTRADO POR COLABORADORES INTERNOS

- **Macri y Filmus, espejo de argentina**

Material suministrado por el corresponsal Santiago Estrella Garcés, desde Buenos Aires, Argentina.

- **Argentina es un país de jefes y jefas**

Material suministrado por el corresponsal Santiago Estrella Garcés, desde Buenos Aires, Argentina.

- **Messi lideró la goleada argentina**

Material suministrado por el enviado especial a la Copa América Argentina 2011 Pablo Campos, desde Córdoba, Argentina.

c) Material suministrado por colaboradores externos:

Para desarrollar la clasificación de material suministrado por los colaboradores externos se analiza la edición del día martes 12 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Martes 12 de julio de 2011

MATERIAL SUMINISTRADO POR COLABORADORES EXTRENOS

- **Giovani dos Santos niega el fracaso de México**

Material suministrado por el colaborador externo Ángel Parra, desde Argentina, Copa América 2011.

- **Uruguay puede mejorar aún más**

Material suministrado por el colaborador externo Edward Piñón, desde Uruguay.

d) Servicios de agencias de noticias:

Para desarrollar la clasificación de servicios de agencias se analiza la edición del día miércoles 13 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Miércoles 13 de julio de 2011

SERVICIOS DE AGENCIAS DE NOTICIAS

- **La policía detiene a 2 sospechosos del asesinato de Facundo Cabral**

Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Guatemala.

- **Lima tiene tren eléctrico**

Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Lima, Perú.

- **Naufragio: 88 cuerpos fueron rescatados**

Material suministrado por la agencia internacional DPA, desde Moscú, Rusia.

- **Hugo Chávez descarta transición**

Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Caracas, Venezuela.

- **Murdoch llamado a declarar**

Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Londres, Gran Bretaña.

- **Julian Assange retoma su ‘pelea’ en las cortes**

Material suministrado por la agencia internacional ANSA, desde Londres, Inglaterra.

e) Comunicados oficiales del gobierno y sus dependencias:

Para desarrollar la clasificación de comunicados oficiales del gobierno y sus dependencias se analiza la edición del día miércoles 13 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Miércoles 13 de julio de 2011

COMUNICADOS OFICIALES

- **Comité de subasta**

Comunicado oficial para participación en proceso de subasta pública, material suministrado por dependencias financieras.

- **Convocatoria**

Convocatoria de desconocimiento de domicilio de cuatro ciudadanos, material suministrado por el ministerio de relaciones laborales.

f) Comunicados de gobiernos extranjeros y de sus dependencias:

No se registran datos de comunicados extranjeros en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

g) Comunicados de asociaciones o ONG.

Para desarrollar la clasificación de comunicados de asociaciones u ONG se analiza la edición del día domingo 10 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica el titular correspondiente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Domingo 10 de julio de 2011

COMUNICADOS DE ASOCIACIONES O ONG

- **Orden Rosacruz OM**

Invitación de la Orden Rosacruz a un espacio de conferencias públicas en la ciudad de Quito, Ecuador.

h) Extractos de otros medios de comunicación:

No se registran datos de comunicados de asociaciones o en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

i) Textos de origen incierto:

Para desarrollar la clasificación de textos de origen incierto se analiza la edición del día domingo 10 de julio de 2011 de diario El Comercio. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica el titular correspondiente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Domingo 10 de julio de 2011

TEXTOS DE ORIGEN INCIERTO

- **“Uso racional de los medicamentos”**

Texto incierto cuya fuente no está determinada y no precisa el remitente. La única indicación que se encuentra es la invitación a un congreso de farmacología.

C.3 Según el marco geográfico. No se refiere al lugar de origen del texto informativo sino al marco geográfico al cual se refiere dicha información.

Para evitar esta confusión, diario El Comercio, ofrece a sus lectores Secciones Cortas en donde ubica el marco geográfico de la información de la siguiente manera:

Sección Corta 1: Mundo/ Info General

Sección Corta 2: Quito/ Ecuador/ Sociedad

Sección Corta 3: Espectáculos internacionales

C.4 Según el objetivo. Educativo, informativo o de entretenimiento.

En la entrevista realizada con el periodista, Rubén Darío Buitrón (Editor de Información de diario El Comercio), se apuntó que el objetivo de información que maneja el rotativo abarca estas tres aristas: Educar, informar y entretener. También señaló que se maneja una paridad entre estas tres aristas al momento de presentar la información en las ediciones puestas en circulación. Sin embargo, aseguró que el entretenimiento que se maneja en el medio no es parte de una farandulización o una banalización que deformen a la sociedad.

C.5 Según el contenido.

Para este ítem se cita un titular de la noticia requerida de diario El Comercio, con sus respectivas observaciones morfológicas. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día jueves 14 de julio de 2011.

○ Jueves 14 de julio de 2011

a) Políticas:

Nota:

El Gobierno dilata la audiencia contra Araujo

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de tres columnas. Contiene un pie de foto descriptivo. Incluye infografía explicativa del caso 30-S.

- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (25cm) x largo (16cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de doce.

b) Económicas:

Nota:

**Las sanciones para
los banqueros
se endurecieron**

Características morfológicas:

- Titular de tres líneas que evidencia afectación, en este caso a los banqueros. Ocupa el espacio de dos columnas.
- Incluye infografía explicativa de artículos de la ley.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9cm) x largo (24,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de ocho.

c) Internacionales:

Nota:

Argentina despidió a Cabral

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de tres columnas.

- Fotografía de primer plano alineada al margen derecho. Incluye un recuadro con dos infografías informativas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (17cm) x largo (8cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de seis.

d) Hechos diversos:

Nota:

**Quejas por
los aportes
voluntarios**

Características morfológicas:

- Titular de tres líneas que evidencia afectación. Ocupa el espacio de una columna.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de una columna, con las siguientes medidas: ancho (4,5cm) x largo (18cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cuatro.

e) Deporte:

Nota:

**La segunda etapa
copia el calendario
de la primera**

Características morfológicas:

- Titular de tres líneas que evidencia afectación, en este caso a la etapa futbolística. Ocupa el espacio de dos columnas.

- Incluye infografía explicativa de los quipos de fútbol y un *side bar* gráfico con los escudos de los mismos
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,6cm) x largo (13,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de siete.

f) Reportaje:

Reportaje:

Falta de solidaridad en los buses

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- El reportaje muestra un registro fotográfico grande de primer plano y dos registros fotográficos pequeños de primer plano también. Acompañan a las imágenes cinco infografías descriptivas que dan soporte a las fotografías. Incluye un *side bar* gráfico del interior de un bus.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (25cm) x largo (33cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de dieciséis.

g) Arte y cultura:

Nota:

Weiwei, profesor en Berlín

Características morfológicas:

- Titular de una línea de carácter informativo. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,6cm) x largo (7,3cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cuatro.

h) Juegos:

Juego:

El Pozo de la Dicha

Características morfológicas:

- Juego de entretenimiento que trae un mensaje escondido entre números y letras (rompecabezas numéricos)
- El juego ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,2cm) x largo (8,7cm)

i) Regionales:

Nota:

**Tránsito fluido por nuevo
puente de Quevedo**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencia causa y efecto del mismo. Ocupa el espacio de dos columnas.

- Fotografía en primer plano, ubicada en la parte inferior de la nota, que abarca el espacio de dos columnas. Contiene un pie de foto descriptivo
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,3cm) x largo (24,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de catorce.

j) Avisos:

Notificación:

CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO

Características morfológicas:

- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (9,5cm) x largo (7,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la notificación es de uno.

k) Entrevistas:

Entrevista:

‘La dignidad fue el soporte de Carlitos Mora’

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter de cita. Ocupa el espacio de cinco columnas.

- La entrevista muestra un registro fotográfico grande de primer plano del personaje entrevistado, cuya ubicación está en el centro de la información. Incluye una infografía con datos argumentativos acerca del entrevistado.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (25cm) x largo (16,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de diez.

1) Sociales:

Nota:

**Tres diseñadoras jóvenes ganaron
un concurso y ahora exponen su ropa**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencia causa y efecto. Ocupa el espacio de cuatro columnas.
- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de tres columnas. Contiene un pie de foto descriptivo. Incluye una infografía explicativa acerca del concurso
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (20cm) x largo (22,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de once.

D. Métodos y reglas para el recuento. Herramientas útiles para la correcta medición de espacios en los diarios que son el objeto de estudio.

a) Porcentaje con relación a la superficie impresa:

Datos:

- Superficie total del periódico
 $(B \times A = \text{Superficie total}) = 1769,6\text{cm}^2$
- Superficie total de impresión
 $(\text{STI}) = \text{SIL} \times \text{SIA} (B \times A)$
 $(\text{STI}) = 52,6 \times 29,4$
 $(\text{STI}) = 1546,44\text{cm}^2$

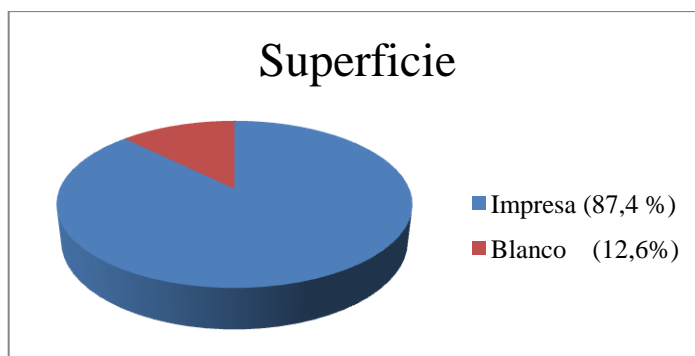
Operación:

- Regla de tres para calcular porcentaje de superficie impresa

| | |
|-------------------------|------|
| 1769,6 cm ² | 100% |
| 1546,44 cm ² | ? |

Resultado:

- División final
 $\% = 1546,44 \times 100 / 1769,6$
 $\% = 87,4$



Conclusión: De la superficie total del rotativo, Diario El Comercio, utiliza un 87,4% para imprimir contenidos y deja un espacio en blanco de 12,6% en cada página.

b) Porcentaje con relación al espacio del periódico que se destina a redacción:

Datos:

- Superficie total de impresión
 $(SIL \times SIA = \text{Superficie de impresión}) = 1546,44 \text{ cm}^2$
- Superficie utilizada para imágenes en cm^2 (Regla de 3)
 $SUI = (STI \times 25 / 100 \text{ Superficie usada para imágenes}) = 386,61 \text{ cm}^2$

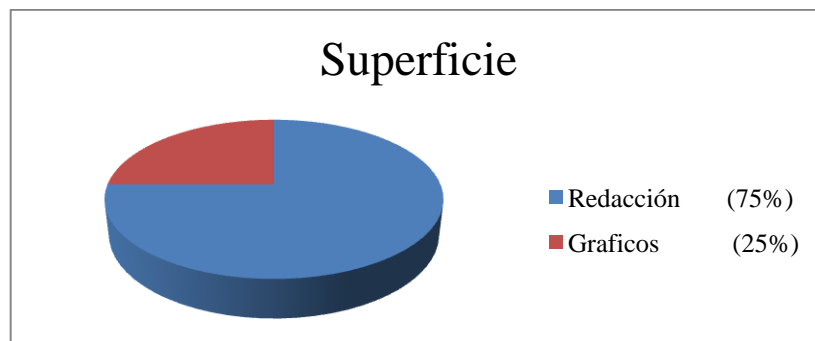
Operaciones:

- Resta para calcular cm^2 de superficie destinada a redacción ($STI - SUI$)
 $1546,44 \text{ cm}^2 - 386,61 \text{ cm}^2 = 1159,83 \text{ cm}^2$
- Regla de tres para calcular porcentaje de superficie destinada a redacción

| | |
|-----------------------|------|
| 1546,44 cm^2 | 100% |
| 1159,83 cm^2 | ? |

Resultado:

- División final
 $\% = 1159,83 \times 100 / 1546,44$
 $\% = 75$

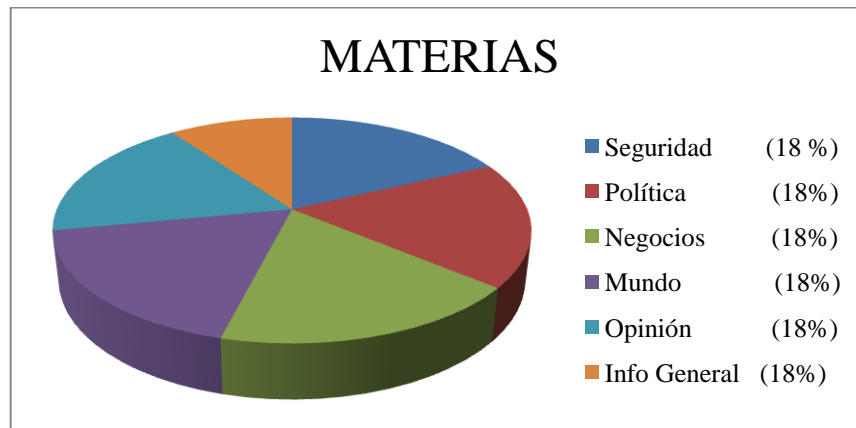


Conclusión: De la superficie total del rotativo, Diario El Comercio, utiliza un 75% para redacción de contenidos y deja un espacio de 25% para la inclusión de gráficos, imágenes e infografías, en cada página.

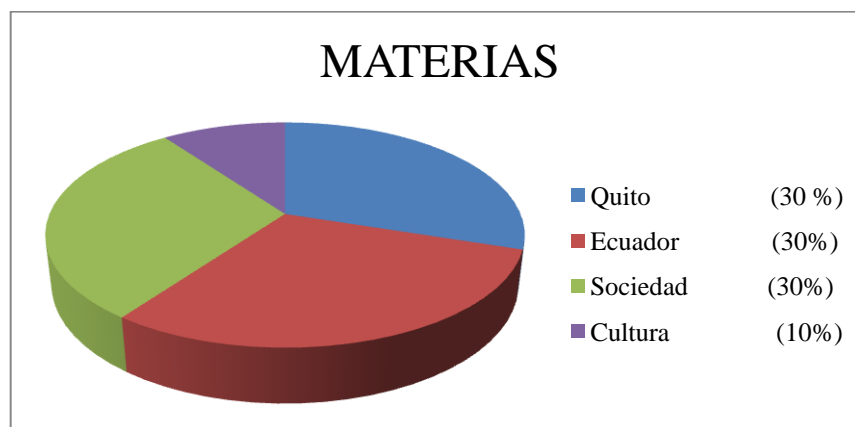
c) Porcentaje con relación a las materias:

Para realizar este porcentaje con relación a las materias y contenidos, se toma en cuenta las tres Grandes Secciones que presenta diario El Comercio. Posteriormente, se ilustran en tres gráficos los porcentajes de los contenidos de cada Sección Corta.

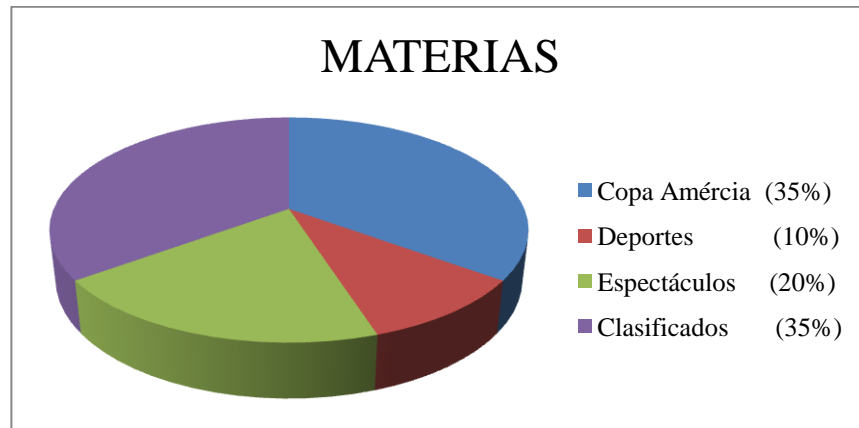
- GRAN SECCIÓN UNO



- GRAN SECCIÓN 2



- GRAN SECCIÓN 3



II. La valorización.

Tiene que ver con el estudio de la ubicación de la información, características de los títulos y la presentación de contenidos que den un referente para ubicar la posible influencia del medio sobre los lectores. Además, la valorización arroja datos sobre la mayor o menor cantidad y forma en la que un diario destaca su información. Depende de varios elementos que se categorizan de la siguiente manera:

I. Ubicación. Considera dos puntos de vista:

- a) **Paginación:** Los elementos visuales, contenidos y de jerarquía se encuentran en un orden de disposición descendente, de la siguiente manera:
 - **Gráficos:** Grandes, medianos y pequeños. Los grandes y medianos se alinean hacia el margen derecho y, los pequeños se alinean hacia el margen izquierdo; así como también se ubican en la cabecera derecha e izquierda de la parte superior del rotativo.
 - **Titulares:** Grandes, medianos y pequeños. Los grandes se sitúan en la segunda mitad de la división de la hoja; tomando en cuenta tres divisiones visuales de la misma. Los medianos y pequeños se encuentran divididos en el resto de las otras dos mitades (superior derecha e izquierda; inferior derecha e izquierda)

- b) Lugar en la página: La técnica de bloque extremo es utilizada por diario El Comercio para disponer sus elementos en la presentación. Esta técnica permite que la lectura y visualización se realice en dos sentidos: a) de izquierda a derecha y; b) de arriba abajo.

II. Títulos. Se estudian bajo los siguientes aspectos:

a) Importancia real. Integra cuatro elementos:

- a. Columnaje y espacio: Los títulos analizados: grandes, medianos y pequeños arrojan los siguientes datos: Se escriben desde el espacio de una hasta seis columnas; sin embargo, los más comunes son los que abarcan el espacio de dos columnas ya que pertenecen a la nota periodística común. Los títulos de reportaje, que son los más grandes, ocupan el espacio de cinco a seis columnas. Las crónicas y entrevistas abarcan, generalmente, un espacio de tres, cuatro y hasta cinco columnas. Los títulos que ocupan una sola columna son utilizados para avisos cortos, notas cortas, y suplementos pequeños.
- b. Altura: La altura de los titulares se puede medir en un rango de: grande, mediano y pequeño. Sus medidas aproximadas son de: a) grandes: ancho (24cm) x largo (2,5cm); b) medianos: ancho (9cm) x largo (3cm); y c) pequeños: ancho (4cm) x largo (1cm)
- c. Caracteres: Para la consideración de los espacios de caracteres se toma de referencia a: las medidas de los títulos y los espacios que ocupan en columnaje. Se presentan los siguientes datos:
 - Títulos grandes: 175 caracteres
 - Títulos medianos: 65 caracteres
 - Títulos pequeños: 29 caracteres

b) Importancia relativa.

La relación de los títulos en cuanto a la página y su presentación se puede entender bajo las siguientes características:

- La categorización de títulos grandes, medianos y pequeños, apuntados en la importancia real, dan la pauta para la diagramación de cada una de las páginas del rotativo.
- Más que una forma definida, se miden por las características de impacto y el contenido que estos llevan, así tenemos: titulares de una línea, titulares de dos líneas y titulares de tres o más líneas.
- La ubicación visual de los titulares depende del tipo de noticia o las necesidades de esta. Se incluyen, por ejemplo, titulares dentro de una imagen cuando esta le da un contexto y relevancia; se titula a un lado de la imagen cuando se tiene voluntad de contrastación y relación entre imagen y título; se titula sin una imagen de apoyo cuando el contenido del título es contundente.

c) **Contenido.** Revela las posibles intenciones del periódico y de las reacciones presuntas del lector. Existen los siguientes tipos de títulos:

- a) Informativos. Los títulos informativos son los que se imprimen a una sola línea y tienen voluntad de divulgación informativa. Por ejemplo: “Argentina despidió a Cabral”
- b) Explicativos: Esta clase de títulos son los que evidencian causas y efectos acerca de hechos que inciden sobre personas o lugares en particular. Se imprimen a dos líneas. Por ejemplo: “Alonso resurge y sube al podio inglés”
- c) Orientadores: Son los títulos que ubican al público en una realidad determinada y se imprimen, generalmente en una sola línea. Por ejemplo: “Falta de solidaridad en los buses”
- d) Sensacionalistas: Adjetivizan, califican y dan juicios de valor en cuanto a los hechos. Diario El Comercio no presenta títulos sensacionalistas en su contenido.

III. Presentación. Se ve afectada por:

A. Ilustración.

Respecto a la ilustración se comprobó, anteriormente, que este rotativo brinda una gran importancia a este elemento. Por cada hoja impresa se incluye un elemento gráfico que representa 20,53% de la superficie. Además, cada dos hojas, el lector encuentra publicidad, aviso, convocatoria u otro elemento visual.

B. Tipografía.

En cuanto a la tipografía utilizada se puede establecer que diario El Comercio utiliza un texto único en todas sus páginas. No obstante, el valor agregado a las informaciones viene dado por infografías explicativas y argumentativas y *side bar* complementarios a la información y tipografía estándar.

C. Estructura. Se incluye:

- a) Fragmentación: Diario El Comercio no fragmenta sus contenidos, ni divide información en diferentes páginas, en cualquier tipo de género periodístico que utilice para espacio de redacción.
- b) Composición: El rotativo realiza la composición de su contenido en base a un sentido plural, según lo afirmó su editor de información Rubén Darío Buitrón y; en sus páginas, se evidencia que el trabajo realizado por sus reporteros, enviados especiales y corresponsales apunta a un sentido global de la información trabajada.
- c) Origen y fuente: El origen de todos los textos de este periódico presenta una identificación desde el lugar de redacción de los mismos, es decir, con el nombre de las ciudades de origen de la información. En los contenidos de la sección Opinión se registra el nombre del articulista responsable y; finalmente se identifica la fuente de las agencias internacionales de noticias en fotografías, ilustraciones y contenidos periodísticos.
- d) Longitud: Para la realización de notas, crónicas, reportajes y entrevistas se maneja una correspondencia entre extensiones y longitudes de los mismos. Así por ejemplo, en una misma página se puede encontrar textos cortos, medianos y largos que dinamizan la lectura, y evitan el cansancio visual.

IV. La Selección. Para ello se establece la siguiente fórmula matemática, la cual resulta de la suma de tres elementos relevantes:

- a) Ubicación (U)
- b) Títulos (T)
- c) Presentación (P)

Donde Valorización viene presentada por la siguiente fórmula:

$$V = U + T + P$$

Para el desarrollo de esta fórmula se aplica una escala del 1 al 10 para la valoración de (U, T, P). La medición de la escala se realiza de acuerdo a los datos de todo el estudio realizado. Así tenemos:

$$V = 8,5 + 9 + 10$$

$$V = 27,5$$

RESULTADO FINAL: De una valorización final posible de un 30 puntos, entre la suma de: ubicación, títulos y presentación; diario El Comercio obtuvo un puntaje de 27,5 como resultado del análisis morfológico propuesto en el presente estudio.

ANEXO II

ESTUDIO MORFOLÓGICO DIARIO EL TELÉGRAFO

I. La Personalidad del periódico.

Pautas de análisis:

- e) La publicación debe ser impresa
(x)
- f) Presentarse en serie continua y bajo un mismo título
(x)
- g) Ejemplar fechado acorde al día
(x)
- h) Ejemplar numerado en serie desde el primer ejemplar
(x)

A. Registro de Identificación. Tiene que ver con la identidad y características del periódico, enfocado en los siguientes aspectos:

- p) El Nombre: Diario EL TELÉGRAFO.
- q) El Lugar de residencia de la administración y de la redacción: Quito, DM, San Salvador E6-49 y Eloy Alfaro.
- r) Las indicaciones que pueden acompañar al nombre: DECANO DE LA PRENSA NACIONAL.
- s) La periodicidad: Diaria.
- t) El momento de la aparición: Matutino.
- u) La zona principal de difusión: Nivel Nacional.
- v) El tiraje: lunes a domingo 30000 ejemplares.
- w) La fecha del primer número: 16 de febrero de 1884 (No se precisa el día).
- x) El precio: Lunes a domingo USD 0,45
- y) Las características excepcionales de la vida del periódico:

- Es fundado el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró.
- Se estableció en la ciudad de Guayaquil después del derrocamiento del general Ignacio de Veintimilla. Proponía un medio independiente para que la ciudadanía pueda expresar su opinión libremente. Diario de corte liberal.
- Adopto su nombre gracias al servicio telegráfico que se instaló en el Ecuador en el mismo año de 1884.
- El rotativo fue uno de los guías conductores durante el proceso de la revolución liberal.
- El gobierno de Plácido Caamaño ordenó la encarcelación de Juan Murillo Miró y su posterior exilio a Chile. Así, los sucesores de Murillo también fueron acosados por el régimen hasta que el diario dejó de circular el 3 de julio de 1886, cuando había logrado imprimir su edición número 607.
- Las acciones de El Telégrafo son adquiridas, en 1898, por el ambateño José Abel Castillo.
- Por problemas con el gobierno tuvo que exiliarse del país.
- José Abel Castillo regresa al país en 1927 y retoma la dirección del diario, siempre con la colaboración de sus hijos. En 1940, Santiago Castillo y Castillo asume la dirección de El Telégrafo. En la nueva administración, el Diario se convierte en el primer periódico en adquirir los servicios de agencias de noticias extranjeras y; además, es el primero en publicar fotografías aéreas del país.
- El 1 de marzo de 2008 el medio de comunicación fue incautado por el gobierno de Rafael Correa y paso a manos del Estado, hasta la fecha.

z) El formato: Berlínés, bajo las siguientes características: ancho (31,4cm), largo (47,2cm), media de columnas por página (5).

aa) El número de páginas: La recolección de periódicos para el análisis morfológico se realizó desde el día jueves 7 de julio de 2011 al jueves 14 de julio de 2011.

- Jueves 7: 32 páginas.
- Viernes 8: 32 páginas.

- Sábado 9: 32 páginas.
- Domingo 10: 32 páginas.
- Lunes 11: 32 páginas.
- Martes 12: 32 páginas.
- Miércoles 13: 48 páginas.
- Jueves 14: 32 páginas.

bb) El número de columnas por cada página: 5 columnas en la mayoría de secciones; y 3 columnas en secciones secundarias.

cc) El número de ediciones: 46105 (hasta el jueves 14 de julio de 2011).

dd) La zona cubierta por cada edición: Nivel nacional.

B. Expediente de Identidad. Datos recopilados en función de la estructura jurídica (línea y acción política) y financiera del rotativo, así como también de la organización de los recursos y talentos.

f) Estructura jurídica y financiera:

CONSEJO EDITORIAL:

| NOMBRE | CARGO |
|----------------------|-----------------------|
| Edwin Ulloa Arellano | Director |
| Orlando Pérez | Subdirector |
| Gino Benítez | Director Regional |
| Néstor Espinoza | Jefe de Redacción |
| Patricio González | Editor Regional Quito |

GERENCIAS:

| NOMBRE | CARGO |
|------------------|-----------------------------------|
| Gabriela Egas | Gerente de Ventas |
| Vicente Orellana | Gerente de Circulación y Mercadeo |

ASITENTES:

| NOMBRE | CARGO |
|----------------|---------------------------|
| Lorena Pacheco | Asistente de Subdirección |

g) Condiciones de impresión:

- Maquina Rotativa para impresión de fabricación alemana. (No se precisan más datos sobre la maquinaria en el medio investigado)

h) Condiciones de distribución:

El medio, desde el departamento de impresión, entrega directamente su propio material a los voceadores desde las 6:00 am; es decir, que no tiene intermediarios para su distribución. El procedimiento para la realizar la cadena de distribución de los productos gráficos del diario EL TELÉGRAFO se lo realiza de la siguiente manera:

ENTREGA DESDE EL DESPACHO



RECEPCIÓN DE VOCEADORES

c.1) Distribuidores del producto:

No existen distribuidores o sub distribuidores del producto. El medio entrega directamente el material a sus voceadores y; posteriormente llega al público.

i) Organización de la redacción:

EDITORES

| NOMBRE | CARGO |
|---------------|--------------|
|---------------|--------------|

| | |
|----------------------------|-----------------------|
| Lcdo. Edwin Ulloa Arellano | Director |
| Lcdo. Orlando Pérez | Subdirector |
| Lcdo. Néstor Espinoza | Jefe de Redacción |
| Lcdo. Patricio González | Editor Regional Quito |

ARTICULISTAS:

| NOMBRE | CARGO |
|--------------------------|--------------|
| Carlos Rabascall Salazar | Articulista |
| Fabrizio Reyes de Luca | Articulista |
| Jaime Galarza Zavala | Articulista |
| Jorge Núñez Sánchez | Articulista |
| Ilth Verduga Vélez | Articulista |
| Sebastián Vallejo | Articulista |
| Roberto Follari | Articulista |
| Pablo Salgado Jácome | Articulista |
| Melania Mora Witt | Articulista |
| Werner Vásquez | Articulista |
| Edmundo Vera Manzo | Articulista |
| Juan Carlos Morales | Articulista |
| Guido Calderón | Articulista |
| José Antonio Figueroa | Articulista |
| William Sánchez Aveiga | Articulista |
| César Paz y Miño | Articulista |

| | |
|------------------------|-------------|
| Juan Paz Miño y Cepeda | Articulista |
| Víctor Mendoza Andrade | Articulista |
| Roberto Rivadeneira | Articulista |
| Xavier Lasso | Articulista |
| Humberto Mancero | Articulista |
| Ana María Meléndez | Articulista |
| Orlando Pérez | Articulista |
| Padre Pedro Pierre | Articulista |

REPORTEROS:

| NOMBRE | SECCIÓN |
|------------------------|------------|
| Lcda. Julia Chávez | Actualidad |
| Lcdo. Byron Cervantes | Actualidad |
| Lcda. Verónica Naranjo | Deportes |
| Lcdo. Andrés Granizo | Deportes |
| Lcdo. Diego Cazar | Cultura |

j) Línea y acción política:

Diario EL TELÉGRAFO se presenta ante la sociedad como un medio de carácter público, en palabras del Editor Regional Patricio González: “Somos un medio Estatal”; en concordancia con el oficialismo. La ponderación de los hechos publicados en el medio tiene una propuesta alineada con el equilibrio informativo y, según su consejo editorial, su línea de acción no responde a los intereses del mercado. Otra de las características planteadas en su labor cotidiana es brindar

un espacio de voces múltiples, sin favoritismos, sesgos ni direccionalidad que pueda resultar favorable o desfavorable a un grupo o persona en particular. Inculca, entre sus servidores, una filosofía de responsabilidad para ejercer un periodismo de calidad. Está a favor de la responsabilidad ulterior; sin embargo, rechazan la censura previa en contra del libre ejercicio profesional.

II. La morfología del periódico.

El estudio del periódico en sí mismo a través del análisis de sus componentes. Elementos de juicio:

A. Elementos de estructura interna. Las páginas son el componente clave y encierran, cada una de ellas, una concordancia con el resto de ellas; es decir, no son elementos aislados. El estudio de las páginas se divide en:

- c) La primera página o portada: Diario EL TELÉGRAFO presenta su primera página dividida en tres espacios:
 - Primer espacio: Constituye el encabezado. Presenta, como primer elemento, la identificación del rotativo: EL TELÉGRAFO, acompañado de las fresas: DECANO DE LA PRENSA NACIONAL. Dentro del nombre aparece, como elemento visual, un campanario que contiene un reloj que marca las 5:45 horas. Debajo del nombre aparecen los siguientes datos de identificación situados de izquierda a derecha: a) precio: 45 centavos; b) fecha del día de la edición; c) dirección web: www.eltelegrafo.com.ec ; d) número de páginas de la edición; e) número de edición; y f) identificación del país: Ecuador.
 - Segundo espacio: Abarca la mayor parte de la superficie impresa. Muestra dos o tres fotografías (dependiendo la edición). Utiliza fotos de tamaños medianos y grandes con su respectivo pie informativo. Las gráficas están acompañadas de un titular grande, que varía de una hasta cuatro líneas (dependiendo la edición), complementadas por un subtítulo y; finalmente, contiene un lead resumen y el número de página de ampliación. Alineadas en la parte derecha de la página se encuentran dos

titulares, uno encima de otro, con su respectivo lead resumen y página de ampliación, no presentan fotografías.

- Tercer espacio: Es un espacio relativamente pequeño situado en la parte baja de la hoja. Contiene los titulares destacados de las secciones internas con su respectivo lead resumen y página de ampliación. Presenta una foto mediana de relevancia y; en ocasiones, su tamaño es ampliado para incluir un elemento visual de mayor tamaño. Por último, incluye la dirección de las redes sociales: facebook y twitter en una franja pequeña situada al final del documento. En algunas ediciones incluye publicidad de empresas estatales.

d) Las páginas especializadas: Son las unidades separadas del resto del periódico, elementos independientes en cuanto a su contenido, forma, organización y estructura.

- Jueves 7 de julio de 2011: Este rotativo, al igual que las demás ediciones, contiene un cuaderno de siete hojas denominado GACETA que se encuentra dentro de la paginación de todo el periódico. No obstante, rompe la estructura de las demás secciones pudiendo considerarse como independiente. No presenta condiciones extraordinarias de impresión con respecto a las demás páginas porque se imprime en papel periódico y; sus dimensiones son las mismas que las del periódico: ancho (31,4cm) x largo (47,2cm). Dentro de esta gaceta se ubican extractos, citas, resoluciones, avisos, resoluciones e informaciones de diferentes entidades tanto públicas como privadas. Los tamaños varían dependiendo la extensión de las informaciones.
- Viernes 8 de julio de 2011: Presenta un solo elemento independiente: La GACETA. En esta edición es de seis hojas y; como se mencionó anteriormente, contiene avisos de relevancia pública.

- Sábado 9 de julio de 2011: La edición sabatina presenta un solo elemento: La Gaceta. La particularidad de esta edición es que sólo contiene una página.
- Domingo 10 de julio de 2011: Esta edición destaca un solo elemento: La Gaceta. Contiene dos hojas.
- Lunes 11 de julio de 2011: Presenta únicamente el elemento de la Gaceta. En esta ocasión se muestra como un pequeño cuaderno de siete hojas.
- Martes 12 de julio de 2011: Esta edición contiene dos elementos independientes. El primero es la Gaceta, que en esta edición tiene siete hojas.

El segundo elemento lo constituye una pequeña revista informativa elaborada por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social. Se titula “LA CIUDADANÍA ESTÁ ELIGIENDO A SUS AUTORIDADES”, y contiene ocho hojas, contando la portada y contraportada. Sus dimensiones son: ancho (23,3cm) x largo (31,5cm). En cuanto al contenido informativo se describen las funciones de la entidad gubernamental, señala las autoridades regentes y; como elemento adicional, muestra una sección de convocatorias abiertas a la ciudadanía en general para postulaciones a puestos públicos.

- Miércoles 13 de julio de 2011: Contiene un solo elemento que es la Gaceta. En esta ocasión se trata de una edición extendida de la misma, ya que posee catorce hojas de avisos informativos entre: extractos, citas, remates, avisos, resoluciones e informaciones de diferentes entidades tanto públicas como privadas.

B. Elementos de la estructura general.

Para el análisis de los elementos de la estructura general se estudia día a día cada periódico en un cuaderno de campo, de manera individual. Sin embargo, la publicación de los datos es una valoración general del periódico obtenido como producto del análisis individual de los rotativos recolectados en la semana del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

VALORACIÓN GENERAL:

e) Publicidad: Aquí se estudia las características cualitativas y cuantitativas de este ámbito dentro del medio. También se incluyen avisos informativos, convocatorias y comunicados.

- De la disposición espacial (características cualitativas): Diario El Telégrafo incluye publicidad en su espacio; sin embargo, tiene ciertas particularidades. Ofrece prioridad a propagandas de empresas estatales, no así a empresas privadas que ocupan un mínimo espacio; además no tiene un orden establecido en sus páginas para las pautas comerciales. Cabe precisar, además, que sus ediciones no presentan demasiada publicidad pero cuando las publica ocupan un espacio de considerables dimensiones en la hoja.

Respecto a la disposición de avisos gubernamentales, el rotativo, los incluye de manera indistinta; es decir, que se acomoda a la estructura de la edición en curso para su ubicación. No divide sus publicaciones en Grandes Secciones, sino más bien separa sus contenidos en tres partes, con sus respectivos espacios. Por lo cual, se podría decir que tiene ubicadas Secciones Cortas. Como elemento destacado, presenta una sección denominada GACETA para publicar avisos informativos como: resoluciones judiciales, anulaciones bancarias, notificaciones y varios.

- De la medición del espacio utilizado (características cuantitativas): Las medidas y dimensiones de publicidades, avisos informativos, convocatorias y comunicados en general se las puede ubicar en tres categorías según los tamaños y espacios que ocupan a lo largo del rotativo: pequeños, medianos y grandes. Para ello, se realiza una

medición de cada uno a lo largo y ancho del mismo. El siguiente recuadro ubica la categorización de tamaños a partir de las medidas tomadas en los anuncios.

| DIMENSIÓN | MEDIDA |
|-----------|------------------------------------|
| Pequeños | 6,6 cm de largo x 29cm de ancho |
| Medianos | 20,6cm de largo x 17,2 cm de ancho |
| Grandes | 42 cm de largo x 29,8cm de ancho |

- De las características generales de los espacios pautados:

El Telégrafo, no suele incluir una publicidad saturada a lo largo de su contenido. Las publicidades localizadas son pocas pero abarcan un gran espacio dentro del periódico, alrededor de media hoja o un cuarto de hoja. En su paginación se incluye un espacio denominado PUBLICIDAD, donde las pautas suelen ocupar todo el tamaño de la hoja. Esto significa que el lector va a encontrar un elemento de impacto visual debido a las dimensiones de los anuncios.

Así mismo, incluye campaña de autopromoción publicitaria, y a su vez; publicita a otros medios de su misma cadena como son: Edito Gran, PP, Ecuador TV y la Radio Pública. Cabe destacar que estos medios se encuentran reiterativamente en el contenido publicitario; abarcando además, espacios de gran dimensión. El número de publicidades que se ubican en cada edición tiene un promedio de 4 a 5, y en fines de semana es de 7.

La cantidad de avisos informativo entre: convocatorias, licitaciones, informes y comunicados oficiales que el lector puede encontrar incluidos dentro las páginas del diario, es abundante. En algunas ediciones se encuentran 18, en otras 27 y en otras mucho más. Brinda, de igual

manera, un gran espacio para publicación de avisos en su cuaderno de GACETA, donde se pueden encontrar hasta dieciséis páginas informativas con un sin número de espacios.

- De las características especiales de suplementos de instituciones públicas y privadas pautadas en el medio: No se registran suplementos de instituciones privadas durante el tiempo de análisis del rotativo. El único elemento adicional encontrado en las ediciones analizadas es: “LA CIUDADANÍA ESTÁ ELIGIENDO A SUS AUTORIDADES”, del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, que se lo puede clasificar como suplemento de institución pública.

f) Espacio de redacción:

Para calcular la superficie o espacio de redacción que ocupa en cm², por cada hoja, diario EL COMERCIO, se realizan las siguientes operaciones aritméticas:

- Medida general del rotativo: B x A (Base x Altura)

$$B \times A = \mathbf{31,4cm \text{ ancho} \times 47,2cm \text{ de largo}}$$

- Medida de los márgenes en blanco: MS + MI = EBL; MD + MI = EBA

Margen Superior + Margen Inferior = Espacio en blanco del Largo

$$1,2 \quad + \quad 1,2 \quad = \mathbf{2,4 \text{ cm}}$$

Margen Derecho + Margen Izquierdo = Espacio en blanco del Ancho

$$1,2 \quad + \quad 1,2 \quad = \mathbf{2,4cm}$$

- Superficie impresa a lo largo: SIL = A – EBL

Superficie impresa a lo largo (SIL) = Altura - Espacio en blanco del Largo

$$SIL = 47,2 - 2,4$$

$$SIL = \mathbf{44,8 \text{ cm}}$$

- Superficie impresa a lo ancho: SIA = B – EBA

Superficie impresa a lo ancho (SIA) = Base - Espacio en blanco del Ancho

$$SIA = 31,4 - 2,4$$

$$SIA = 29 \text{ cm}$$

- Superficie total de impresión (STI) = SIL x SIA/2 (B x A)
(STI) = Superficie impresa a lo largo x Superficie impresa a lo ancho
STI = 44,8 x 29
STI = 1299,2
STI = **1299,2 cm²**

CONCLUSIÓN: Diario EL TELÉGRAFO ocupa un espacio total de redacción de 1299,2 cm² por cada hoja impresa. Eso quiere decir que por cada edición regular de 32 hojas, que normalmente circula en la semana, el espacio de redacción total por ejemplar puesto en circulación es de: **41574,4 cm²**

g) Títulos:

- Descripción de presentación: Para realizar la descripción de títulos, el análisis se realiza en dos partes: a) en la primera, se estudian los titulares de la primera página del periódico y; b) en la segunda, se analizan los titulares de las páginas internas del periódico.
a) Titulares de la primera página: En la página de presentación encontramos titulares de 1, 2, 3 y 4 líneas de diferentes tamaños, dependiendo la ponderación y diagramación, y cada uno de ellos tiene las siguientes particularidades.
Titulares de una línea: Ocupan espacios de 3 columnas en la primera página de todos los rotativos.
Titulares de dos líneas: Ocupan espacios desde 2 hasta 4 columnas, dependiendo la diagramación y la ubicación gráfica de elementos.
Titulares de tres líneas: Ocupan espacios desde 1 hasta 3 columnas.
Titulares de cuatro líneas: Ocupan, solamente, espacios de 2 columnas, independientemente de la diagramación de la edición.

b) Titulares de páginas internas: En las páginas internas encontramos titulares de 1, 2, 3 y más líneas. Sin embargo, se pueden identificar algunas diferencias con respecto a la primera página, debido a que dependen a la extensión que tenga la nota periodística desarrollada.

Titulares de una línea: Ocupan el espacio de 3 columnas en todas sus ediciones.

Titulares de dos líneas: Ocupan espacios desde 2 hasta 4 columnas.

Titulares de tres líneas o más: Ocupan espacios desde 2 hasta 4 columnas.

- Estilo: Dentro de esta categoría se pueden localizar las siguientes características en titulares que van desde una línea hasta tres o más:

Expresivos: Tienen la voluntad de transmitir emociones, escenarios y contextos al público para describir un hecho. Diario El Telégrafo titula, por ejemplo, en la edición del viernes 8 de julio de 2011: “Un asadero con sabor a fútbol y esencia guayaca”

Apelativos: Expresan y resaltan alguna cualidad al escenario, objeto o personaje del cual se habla en la noticia. Un ejemplo de ello lo encontramos en la edición del jueves 7 de julio de 2011: “Messimanía se apodera de las calles de Santa Fe”

Temáticos: Localizan y ubican al público en un escenario, tema o arista en particular. La edición del sábado 9 de julio de 2011 nos recrea un ejemplo: “Guayaquil, a pocos pasos de ser ciudad patrimonial”

Informativos: Tienen la voluntad de informar a la comunidad sobre cualquier tema en general, sin afán de impacto ni adjetivaciones. Un ejemplo de título informativo lo podemos encontrar en la edición del jueves 14 de julio de 2011 en diario El Telégrafo: “IESS brinda nuevos servicios”

- Contenidos: Es de mucha relevancia analizar el contenido de los titulares porque da una pauta acerca de la línea de información que el lector va a

recibir. Para la valoración del contenido se pueden definir tres categorías según su afectación y voluntad informativa:

Titulares de una línea: Describe un hecho de manera simple. Generalmente es informativo. Ejemplo: “La CCNG celebrará el grabado”

Titulares de dos líneas: Se dividen en dos partes ya que evidencian un problema o causa y el posible efecto del mismo. El titular ubicado a dos líneas en diario El TELÉGRAFO nos ilustra un ejemplo: “Una fiesta infantil llenó el Teatro Nacional de la CCE”

Titulares de tres líneas: Demuestran las afectaciones a escenarios, lugares o personajes de algún hecho en particular. Un titular de diario El Telégrafo, demuestra claramente la figura de afectación cuando se titula a tres líneas: “Sequía de goles en los diez primeros partidos de la Copa” (en este caso afecta a un ambiente deportivo.)

- Importancia: En este caso la importancia está dada por el tamaño del titular de 1, 2, 3 o más líneas. Se pueden ubicar tres clases: pequeños, medianos y grandes. Es una característica de impacto, es decir, si la noticia es de relevancia y cercanía con el lector; el titular, sea de una o más líneas, obviamente será grande y ocupará algunos espacios de párrafo. Los titulares medianos y pequeños son decrecientes en importancia a comparación de los grandes.

h) Ilustraciones:

En el caso de diario EL TELÉGRAFO las imágenes se muestran como suplemento de la información presentada. Este elemento se encuentra repartido en todas las páginas del periódico. Sin embargo, elementos como *side bar* e infografías se localizan en contados espacios del rotativo. Esto quiere decir que la propuesta ilustrativa es un recurso de apoyo, ya que el medio pone énfasis en el texto por sobre la imagen.

C. La clasificación por materia. Se divide en los siguientes ítems:

C.1 Clasificación por géneros: Diario El Telégrafo marca tres divisiones en su contenido y; dentro de estas, se encuentran Secciones Cortas de una o más páginas dependiendo su contenido. Las tres divisiones presentan el siguiente contenido de secciones cortas:

División 1: Actualidad/ Opinión/ Economía

División 2: Guayaquil/ Cultura/ Sociedad/ Mundo

División 3: Fanático/ Cine y Televisión/ Entretenimiento/ Espectáculos/ Judicial -Gaceta

Nota: Los días sábados se incluye en la División 3 las temáticas: “Información General” y “Publicidad”. Los días domingos se incluye en la División 1 la temática: “Reportaje”; así mismo, se incluye en la División 2 la temática: “Escenarios”. En ciertas ediciones se incluye la temática: “Policial” en lugar de la Judicial.

d) Informaciones:

Para desarrollar la clasificación de informaciones se cita 1 titular de la nota de la Sección Corta “Actualidad” de diario El Telégrafo, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día jueves 7 de julio de 2011.

- Jueves 7 de julio de 2011. Sección Corta “Actualidad”:

Nota:

**Bogotá y Quito acuerdan el
combate a robo de celulares**

Características morfológicas:

- Titular de una línea que evidencian causas y efectos, en este caso contra el robo. Ocupa el espacio de dos columnas.

- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de dos columnas. Contiene un pie de foto descriptivo
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,2cm) x largo (20,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cinco.

e) Artículos:

Para desarrollar la clasificación de artículos se cita 1 titular del artículo de la Sección Corta “Opinión” de diario El Telégrafo, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día viernes 8 de julio de 2011.

- Viernes 8 de julio de 2011. Sección Corta “Opinión”:

Artículo 1:

Pro Ecuador

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de una columna.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (12,5cm) x largo (19cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de nueve.
- Articulista responsable: Iltch Verduga Vélez.

f) Textos que contienen información y comentario: Se subdividen en:

1. Informaciones y comentarios.
2. Informaciones y comentarios asociados.
3. Informaciones que dependen de encuestas, corresponsalías y de reportajes.

Para desarrollar la clasificación de textos que contienen información y comentario se citan 3 casos: los dos primeros tomados de la Sección Corta “Opinión”; y el tercero tomado de la Sección Corta “Tecnología” de diario El Telégrafo, con sus respectivas observaciones. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día sábado 9 de julio de 2011.

- Sábado 9 de julio de 2011.

Artículo 1:

Venezuela y Chávez

Características morfológicas:

- Titular de una línea a voluntad del autor. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El artículo combina información histórica venezolana con el comentario de la autora.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (13,4cm) x largo (15,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de seis.
- Articulista responsable: Melania Mora Witt.

Artículo 2:

Antivalores en la prensa privada y la partidocracia

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas a voluntad del autor. Ocupa el espacio de tres columnas.
- El artículo combina información con el comentario del autor.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (17,4cm) x largo (12,7cm)
- El número de párrafos desarrollados en el artículo es de cinco.
- Articulista responsable: Oswaldo Ávila Figueroa (Docente Universitario Invitado)

Reportaje 3:

**Las redes sociales pelean
con las videoconferencias**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencian causas y efectos. Ocupa el espacio de cuatro columnas.
- El reportaje muestra un *side bar* ilustrativo de una video llamada. Acompaña al reportaje una infografía informativa.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas: dos alineadas al bloque extremo izquierdo y la otra a la derecha, con las siguientes medidas: ancho (29cm) x largo (20cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de doce.

C.2 Clasificación por origen.

Para desarrollar la clasificación por origen el rotativo de apoyo utilizado es la edición del día lunes 11 de julio de 2011 de diario El Telégrafo.

j) Material elaborado por el periódico:

Para desarrollar la clasificación de material elaborado por el periódico se analizan las tres Divisiones del periódico, con sus respectivas Secciones Cortas, y su contenido morfológico en cuanto a: noticias, opiniones, columnas, investigaciones, crónicas, entrevistas. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica la División y la Sección Corta de la misma, posteriormente se cita el titular y se describe las características morfológicas relevantes del mismo.

- Lunes 11 de julio de 2011.

DIVISIÓN 1

Sección Corta: “ESCENARIOS”

Crónica 1:

Ellos reinan en su mundo habitado por los discos

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas de carácter expresivo. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía grande central que expresa el contexto de la historia. Ubica dos fotografías medianas en la parte baja de la crónica.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (29cm) x largo (41,5cm)

- El número de párrafos desarrollados en la crónica es de catorce.

Sección Corta: “ACTUALIDAD”

Entrevista 1:

**“Nosotros no damos
boletas de libertad”**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas con carácter de cita. Ocupa el espacio de dos columnas.
- La entrevista muestra un registro fotográfico grande de primer plano del personaje entrevistado, cuya ubicación está por encima de la información. Incluye infografías argumentativas acerca del tema.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (20cm) x largo (39,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de veintidós.

DIVISIÓN 2

Sección Corta: “CULTURA”

Nota 1:

**Itúrburu revelaría
sus últimos títulos en el CEN**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencia causa y efecto de la misma. Ocupa el espacio de dos columnas.
- La nota muestra un registro fotográfico mediano de primer plano cuya ubicación está encima de la información. Incluye pie informativo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,5cm) x largo (18,6cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de tres.

Sección Corta: “MUNDO”

Reportaje 1:

**Empresa de Murdoch
ocultó información**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencian causas y efectos. Ocupa el espacio de tres columnas.
- El reportaje muestra un registro fotográfico grande de primer plano, cuya ubicación está en el centro de la información. Incluye una infografía con datos informativos acerca del problema.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (18cm) x largo (31,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de dieciséis.

DIVISIÓN 3

Sección Corta: “FANÁTICO”

Nota 1:

Zubeldía gana su primer clásico amistoso en Portoviejo

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas de carácter temático. Ocupa el espacio de dos columnas.
- Fotografía central en primer plano que abarca el espacio de dos columnas. Contiene un pie de foto descriptivo. Incluye una infografía explicativa.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,5cm) x largo (10,8cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cinco.

k) Material suministrado por los colaboradores agregados a la redacción del diario:

Para desarrollar la clasificación de material suministrado por los colaboradores internos se analiza la edición del día martes 12 de julio de 2011 de diario El Telégrafo. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Martes 12 de julio de 2011

MATERIAL SUMINISTRADO POR COLABORADORES INTERNOS

- **Ecuador, el único equipo que no ha marcado goles**

Material suministrado por la enviada especial Linsy Coello Vásquez, desde Argentina.

- **“En la Tri me parece que hay un problema íntimo”**

Material suministrado por la enviada especial Linsy Coello Vásquez, desde Argentina.

l) Material suministrado por colaboradores externos:

Para desarrollar la clasificación de material suministrado por los colaboradores externos se analiza la edición del día martes 12 de julio de 2011 de diario El Telégrafo. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Martes 12 de julio de 2011

MATERIAL SUMINISTRADO POR COLABORADORES EXTRENOS

- **Ferrari festeja a lo grande 60 años**

Material suministrado por el colaborador externo Jean Pierre Michelet, especialista automovilístico, Quito.

m) Servicios de agencias de noticias:

Para desarrollar la clasificación de servicios de agencias se analiza la edición del día miércoles 13 de julio de 2011 de diario El Telégrafo. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una

lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Miércoles 13 de julio de 2011

SERVICIOS DE AGENCIAS DE NOTICIAS

- **El séptimo trasplante de extremidades resulta exitoso**
Material suministrado por la agencia internacional EFE, no se especifica el lugar de origen.
- **Hugo Chávez asegura que mantiene su candidatura presidencial para 2012**
Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Venezuela.
- **La Alta Corte de Londres empieza a examinar recurso contra extradición de Assange**
Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Londres.
- **Boehner dice que corresponde a Obama presentar un plan creíble sobre la deuda**
Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Estados Unidos.
- **Dueño del “News of the World” y otros directivos son llamados a declarar al parlamento**
Material suministrado por la agencia internacional AFP, desde Londres.

n) Comunicados oficiales del gobierno y sus dependencias:

Para desarrollar la clasificación de comunicados oficiales del gobierno y sus dependencias se analiza la edición del día miércoles 13 de julio de

2011 de diario El Telégrafo. Para la metodología de trabajo aplicada en esta parte se procede de la siguiente manera: Se ubica los titulares del material suministrado en una lista de orden descendente, acompañado de una breve descripción, que posteriormente servirá como dato de análisis.

- Miércoles 13 de julio de 2011

COMUNICADOS OFICIALES

- **Comité de subasta**

Comunicado oficial para participación en proceso de subasta pública, material suministrado por dependencias financieras.

- **Convocatoria**

Convocatoria de desconocimiento de domicilio de cuatro ciudadanos, material suministrado por el ministerio de relaciones laborales.

- **Alquila**

Llamado a alquiler de bienes inmuebles, material suministrado por El Consejo de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

- **Aviso de subasta pública**

Comunicado oficial para participación en proceso de subasta pública, material suministrado por el SRI.

- o) Comunicados de gobiernos extranjeros y de sus dependencias:

No se registran datos de comunicados de gobiernos extranjeros en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

p) Comunicados de asociaciones o ONG.

No se registran datos de comunicados de asociaciones u ONG en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

q) Extractos de otros medios de comunicación:

No se registran datos de comunicados de otros medios de comunicación en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

r) Textos de origen incierto:

No se registran datos de textos de origen incierto en ninguna de las ediciones del material recolectado durante el estudio. Lapso del estudio: del jueves 7 de julio de 2011 hasta el jueves 14 de julio de 2011.

C.3 Según el marco geográfico. No se refiere al lugar de origen del texto informativo sino al marco geográfico al cual se refiere dicha información.

Para evitar esta confusión, diario El Telégrafo, ofrece a sus lectores Secciones Cortas en donde ubica el marco geográfico de la información de la siguiente manera:

Sección Corta 1: Actualidad/ Economía

Sección Corta 2: Guayaquil/Cultura/Sociedad/Mundo

Sección Corta 3: Entretenimiento/ Espectáculos

C.4 Según el objetivo. Educativo, informativo o de entretenimiento.

La línea editorial manejada en diario El Telégrafo, aclara que la información publicada en el rotativo es de carácter informativo y educativo esencialmente. No

incluye la función de entrenamiento ni tampoco se hace eco de la violencia ni publica crónica roja. En sus páginas se plasma, claramente, el uso de las funciones de educación e información como parte de su contenido habitual.

C.5 Según el contenido.

Para este ítem se cita un titular de la noticia requerida de diario El Telégrafo, con sus respectivas observaciones morfológicas. En este caso el rotativo de apoyo es la edición del día jueves 7 de julio de 2011.

- Jueves 7 de julio de 2011

m) Políticas:

Nota:

**Según abogado de los Isaías
Proceso se iniciaría en 2012**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencia causas y efectos, en este caso para los demandados. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,3cm) x largo (13,9cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de nueve.

n) Económicas:

Nota:

**Los precios crecieron en un
0,04% en junio, según INEC**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas de tipo temático. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,3cm) x largo (13,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de diez.

o) Internacionales:

Nota:

Desempleo es clave para el FMI

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía de primer plano ubicada en el centro de la información. Incluye pie de foto informativo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (17,3cm) x largo (15,8cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de siete.

p) Hechos diversos:

Nota:

**Crisis deja 1,4 millones
de hogares sin trabajo**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencia causa y efecto, en este caso para los hogares. Ocupa el espacio de cuatro columnas.
- Fotografía de primer plano situada en la parte derecha de el texto periodístico. Incluye pie de foto informativo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cuatro columnas, con las siguientes medidas: ancho (23cm) x largo (23,9cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de siete.

q) Deporte:

Nota:

**Marlon De Jesús está cerca
Del Xerez, según Mantilla**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas de doble carácter: informativo y de cita, en este caso a la etapa futbolística. Ocupa el espacio de dos columnas.
- Incluye fotografía ubicada encima del texto, con su pie informativo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,3cm) x largo (19,7cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de seis.

r) Reportaje:

Reportaje:

**Deudas de Rivera detienen
administración de la FEUE**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas que evidencian causa y efecto, en este caso para la FEUE. Ocupa el espacio de cinco columnas.
- El reportaje muestra un registro fotográfico mediano ubicado en la parte inferior derecha del reportaje. Incluye dos infografías con carácter de cita en la parte superior derecha.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de cinco columnas, con las siguientes medidas: ancho (29cm) x largo (41,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de dieciséis.

s) Arte y cultura:

Nota:

**Suma de Letras difunde el
reciente título de Buenaño**

Características morfológicas:

- Titular de dos líneas de carácter temático. Ocupa el espacio de dos columnas.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (11,3cm) x largo (13,1cm)

- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cuatro.

t) Juegos:

Juego:

Crucigrama

Características morfológicas:

- Juego de entretenimiento que juega con el cruce de palabras, significados y sinónimos.
- El juego ocupa todo el tamaño de la hoja, con las siguientes medidas: ancho (28,3cm) x largo (38,8cm)

u) Regionales:

Nota:

Antón constata avances de obras

Características morfológicas:

- Titular de una línea de carácter informativo, en este caso de un nuevo terminal terrestre en Durán. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía pequeña en primer plano, ubicada en la mitad de la información, ocupa el espacio de una columna. Contiene un pie de foto descriptivo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (17,1cm) x largo (15,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de nueve.

v) Avisos:

Notificación:

CONVOCATORIA A CONCURSO PÚBLICO

Características morfológicas:

- El espacio de redacción ocupa una extensión de dos columnas, con las siguientes medidas: ancho (17,1cm) x largo (20,5cm)
- El número de párrafos desarrollados en la notificación es de cinco.

w) Entrevistas:

Entrevista:

Curador de arte habla sobre funciones de un director cultural

Características morfológicas:

- Titular de una línea con carácter informativo. Ocupa el espacio de una columna.
- La entrevista muestra un registro fotográfico pequeño de primer plano del personaje entrevistado, cuya ubicación está en encima de la información.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de una columna, con las siguientes medidas: ancho (5,4cm) x largo (30cm)
- El número de párrafos desarrollados en el reportaje es de cuatro.

x) Sociales:

Nota:

Otra canción para la Tricolor

Características morfológicas:

- Titular de dos una línea de carácter informativo. Ocupa el espacio de tres columnas.
- Fotografía de primer plano ubicada en la parte derecha de la nota. Contiene un pie de foto descriptivo.
- El espacio de redacción ocupa una extensión de tres columnas, con las siguientes medidas: ancho (17,3cm) x largo (10cm)
- El número de párrafos desarrollados en la nota informativa es de cinco.

D. Métodos y reglas para el recuento. Herramientas útiles para la correcta medición de espacios en los diarios que son el objeto de estudio.

d) Porcentaje con relación a la superficie impresa:

Datos:

- Superficie total del periódico
 $(B \times A = \text{Superficie total}) = 1482,08\text{cm}^2 \quad 741,04\text{cm}^2$
- Superficie total de impresión
 $(STI) = SIL \times SIA (B \times A)$
 $(STI) = 44,8 \times 29$
 $(STI) = 1299,2\text{cm}^2 \quad 649,6\text{cm}^2$

Operación:

- Regla de tres para calcular porcentaje de superficie impresa

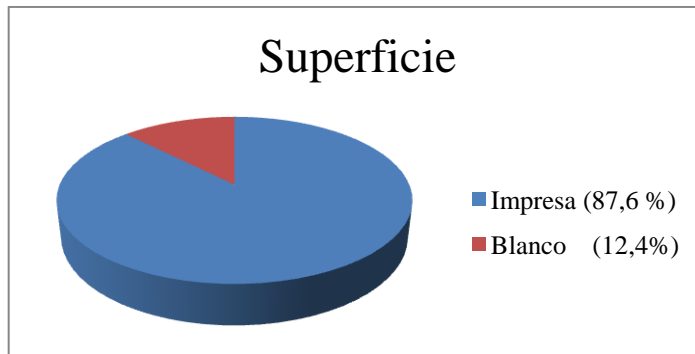
| | |
|-------------------------|------|
| 1482,08 cm ² | 100% |
| 1299,2 cm ² | ? |

Resultado:

- División final

$$\% = 1299,2 \times 100 / 1482,08$$

$$\% = 87,6$$



Conclusión: De la superficie total del rotativo, Diario El Telégrafo, utiliza un 87,6% para imprimir contenidos y deja un espacio en blanco de 12,4% en cada página.

e) Porcentaje con relación al espacio del periódico que se destina a redacción:

Datos:

- Superficie total de impresión

$$(SIL \times SIA = \text{Superficie de impresión}) = 1299,2 \text{ cm}^2 \quad 649,6 \text{ cm}^2$$

- Superficie utilizada para imágenes en cm² (Regla de 3)

$$SUI = (STI \times 20 / 100 \text{ Superficie usada para imágenes}) = 259,84 \text{ cm}^2$$

Operaciones:

- Resta para calcular cm² de superficie destinada a redacción (STI – SUI)

$$1299,2 \text{ cm}^2 - 259,84 \text{ cm}^2 = 1039,36 \text{ cm}^2$$

- Regla de tres para calcular porcentaje de superficie destinada a redacción

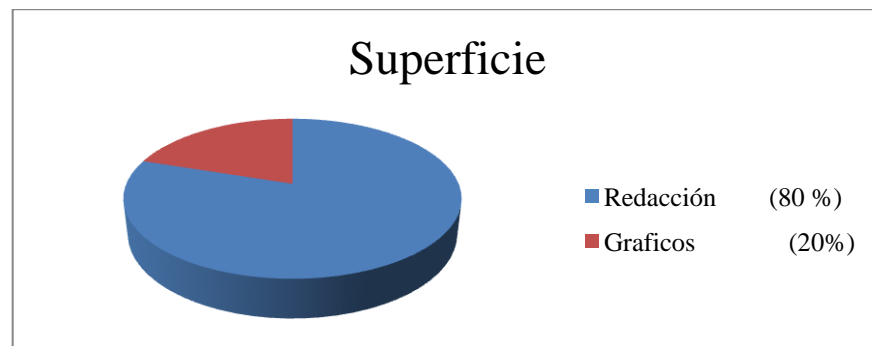
| | |
|-------------------------|------|
| 1299,2 cm ² | 100% |
| 1039,36 cm ² | ? |

Resultado:

- División final

$$\% = 1039,36 \times 100 / 1299,2$$

$$\% = 80$$

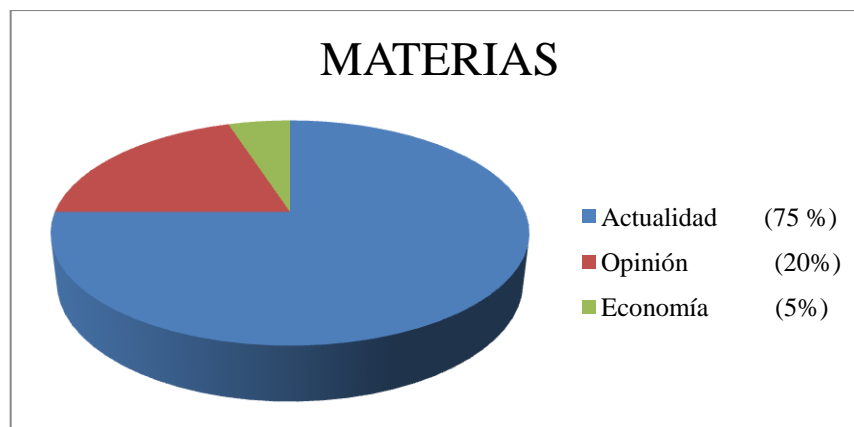


Conclusión: De la superficie total del rotativo, Diario El Telégrafo, utiliza un 80% para redacción de contenidos y deja un espacio de 20%% para la inclusión de gráficos, imágenes e infografías, en cada página.

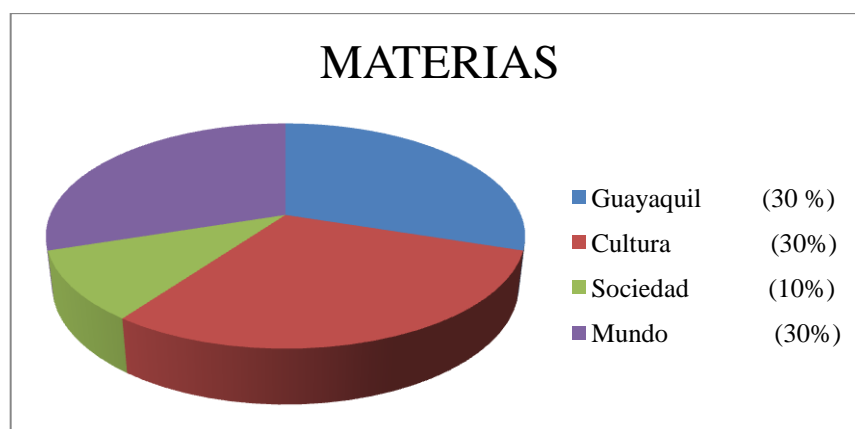
f) Porcentaje con relación a las materias:

Para realizar este porcentaje con relación a las materias y contenidos, se toma en cuenta las tres Grandes Secciones que presenta diario El Comercio. Posteriormente, se ilustran en tres gráficos los porcentajes de los contenidos de cada Sección Corta.

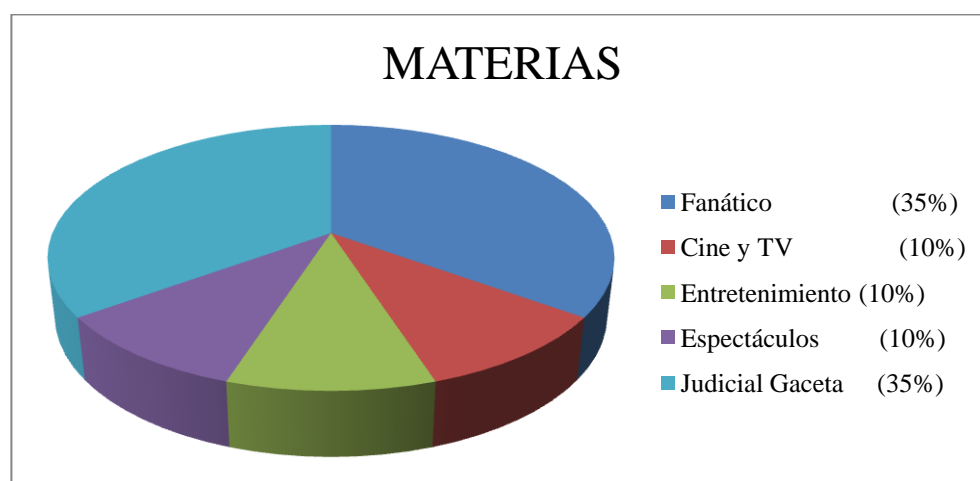
- DIVISIÓN 1



- DIVISIÓN 2



- DIVISIÓN 3



II. La valorización.

Tiene que ver con el estudio de la ubicación de la información, características de los títulos y la presentación de contenidos que den un referente para ubicar la posible influencia del medio sobre los lectores. Además, la valorización arroja datos sobre la mayor o menor cantidad y forma en la que un diario destaca su información. Depende de varios elementos que se categorizan de la siguiente manera:

I. Ubicación. Considera dos puntos de vista:

- c) **Paginación:** Los elementos visuales, contenidos y de jerarquía se encuentran en un orden de disposición descendente, de la siguiente manera:
 - **Gráficos:** Grandes, medianos y pequeños. No hay una disposición especial en cuanto a los gráficos, ni tampoco una diagramación definida. Sin embargo, la mayoría de los gráficos están ubicados por encima del texto. Las imágenes pequeñas no son de uso cotidiano porque se prioriza fotografías grandes y medianas.
 - **Titulares:** Grandes, medianos y pequeños. Los grandes se sitúan, generalmente, al bloque extremo izquierdo de la hoja, en la segunda división (mitad) de la misma. Los medianos se encuentran en la tercera división (abajo) al bloque extremo izquierdo. Los pequeños se encuentran ubicados, solamente, al bloque extremo derecho en la segunda y tercera división de la hoja (mitad y abajo.)
- d) **Lugar en la página:** La técnica de bloque extremo es utilizada por diario El Telégrafo para disponer sus elementos en la presentación. Esta técnica permite que la lectura y visualización se realice en dos sentidos: a) de izquierda a derecha y; b) de arriba abajo.

II. Títulos. Se estudian bajo los siguientes aspectos:

- d) Importancia real.** Integra cuatro elementos:

- a. Columnaje y espacio: Los títulos analizados: grandes, medianos y pequeños arrojan los siguientes datos: Se escriben desde el espacio de una hasta cinco columnas; sin embargo, los más comunes son los que abarcan el espacio de dos columnas ya que pertenecen a la nota periodística común. Los títulos de reportaje, que son los más grandes, ocupan el espacio de cuatro columnas. Las crónicas y entrevistas abarcan, generalmente, un espacio de tres y cuatro columnas. Los títulos que ocupan una sola columna son utilizados para avisos cortos, notas cortas, y suplementos pequeños.
- b. Altura: La altura de los titulares se puede medir en un rango de: grande, mediano y pequeño. Sus medidas aproximadas son de: a) grandes: ancho (22,5cm) x largo (4cm); b) medianos: ancho (11,5cm) x largo (5,2cm); y c) pequeños: ancho (4,8cm) x largo (1cm)
- c. Caracteres: Para la consideración de los espacios de caracteres se toma de referencia a: las medidas de los títulos y los espacios que ocupan en columnaje. Se presentan los siguientes datos:
- Títulos grandes: 155 caracteres
 - Títulos medianos: 70 caracteres
 - Títulos pequeños: 36 caracteres

e) Importancia relativa.

La relación de los títulos en cuanto a la página y su presentación se puede entender bajo las siguientes características:

- La categorización de títulos grandes, medianos y pequeños, apuntados en la importancia real, dan la pauta para la diagramación de cada una de las páginas del rotativo.
- Tienen un orden de disposición en las tres divisiones de la hoja. Grandes y medianos siempre se ubican en la segunda y tercera división, alineados

al bloque extremo izquierdo de la página. Los pequeños se ubican en el bloque extremo derecho, a lo largo de las tres divisiones.

f) Contenido. Revela las posibles intenciones del periódico y de las reacciones presuntas del lector. Existen los siguientes tipos de títulos:

- e) Informativos. Los títulos informativos son los que se imprimen a una sola línea y tienen voluntad de divulgación informativa. Por ejemplo: “El Bolillo acaricia los cuartos”
- f) Explicativos: Esta clase de títulos son los que evidencian causas y efectos acerca de hechos que inciden sobre personas o lugares en particular. Se imprimen a dos líneas. Por ejemplo: “Gobierno inicia campaña contra los ‘más buscados’.”
- g) Orientadores: Son los títulos que ubican al público en una realidad determinada y se imprimen, generalmente en una sola línea. Por ejemplo: “Los caballos militares hacen más que trotar”
- h) Sensacionalistas: Adjetivizan, califican y dan juicios de valor en cuanto a los hechos. Diario El Telégrafo no presenta títulos sensacionalistas en su contenido.

III. Presentación. Se ve afectada por:

A. Ilustración.

Si bien este rotativo incluye imágenes en cada hoja, el manejo visual no es explotado adecuadamente para sustentar la información. Tiene una carencia ilustrativa en cuanto a la ubicación de *side bar*, y las pocas infografías incluidas tienen un contenido pobre y corto.

B. Tipografía.

En cuanto a la tipografía utilizada se puede establecer que diario El Telégrafo utiliza un texto único en todas sus páginas. No explota elementos visuales que puedan dar realce a la monotonía de la tipografía utilizada. Además, en algunas secciones la tipografía no se encuentra justificada en su texto ni se ubica separación de párrafos, lo cual, causa un extravío visual al momento de la lectura.

C. Estructura. Se incluye:

- e) Fragmentación: Diario El Telégrafo utiliza frecuentemente el elemento de fragmentación en sus páginas, especialmente en reportajes largos y crónicas; no así en notas periodísticas.
- f) Composición: El rotativo realiza la composición de su contenido en base a un sentido plural, según lo afirmó su editor; no obstante, se presenta un cierto grado de ampliación a hechos de carácter oficial y gubernamental.
- g) Origen y fuente: El origen de todos los textos de este periódico presenta una identificación desde el lugar de redacción de los mismos, es decir, con el nombre de las ciudades de origen de la información. En los contenidos de la sección Opinión se registra el nombre del articulista responsable. En algunas ediciones se identifica la fuente de las agencias internacionales de noticias en fotografías, ilustraciones y contenidos periodísticos pero no la ciudad de la que provienen ni el país, en otras ocasiones.
- h) Longitud: Para la realización de notas, crónicas, reportajes y entrevistas se maneja una correspondencia entre extensiones y longitudes de los mismos. Así por ejemplo, en una misma página se puede encontrar textos cortos, medianos y largos.

IV. La Selección. Para ello se establece la siguiente fórmula matemática, la cual resulta de la suma de tres elementos relevantes:

- d) Ubicación (U)
- e) Títulos (T)
- f) Presentación (P)

Donde Valorización viene presentada por la siguiente fórmula:

$$V = U + T + P$$

Para el desarrollo de esta fórmula se aplica una escala del 1 al 10 para la valoración de (U, T, P). La medición de la escala se realiza de acuerdo a los datos de todo el estudio realizado. Así tenemos:

$$V = 10 + 8,5 + 8,5$$

$$V = 27$$

RESULTADO FINAL: De una valorización final posible de un 30 puntos, entre la suma de: ubicación, títulos y presentación; diario El Telégrafo obtuvo un puntaje de 27 como resultado del análisis morfológico propuesto en el presente estudio.

ANEXO III

| MATRIZ DE RECOLECCIÓN. DIARIO EL COMERCIO | | |
|---|------------|--|
| MES | FECHA | NOTICIA |
| Octubre | 2010-10-01 | La Asamblea no pudo destrabar el conflicto. |
| Octubre | 2010-10-02 | El Gobierno reflexiona sobre la crisis policial. |
| Octubre | 2010-10-03 | El rescate de Correa fue accidentado. |
| Octubre | 2010-10-04 | Un posible mal uso de bienes se investiga. |
| Octubre | 2010-10-05 | La Fiscalía indagará en el hospital policial. |
| Octubre | 2010-10-06 | Indígenas cuestionan a Correa. |
| Octubre | 2010-10-07 | La oposición pide concurso de comisión independiente. |
| Octubre | 2010-10-08 | El Gobierno dará un vuelco al esquema de inteligencia. |
| Octubre | 2010-10-09 | El estado de excepción solo seguiría en Quito. |
| Octubre | 2010-10-10 | Las enfermedades minan a los policías. |
| Octubre | 2010-10-11 | Militares vigilan los edificios públicos. |
| Octubre | 2010-10-12 | Correa invirtió más en FF.AA. |
| Octubre | 2010-10-13 | Correa señala a un agente del GAO. |
| Octubre | 2010-10-14 | Patiño refuerza su presencia en A. País. |
| Octubre | 2010-10-15 | La oposición planteó amparo contra la cadena gobiernista. |
| Octubre | 2010-10-16 | La defensa de Araujo desmiente a Correa. |
| Octubre | 2010-10-17 | Sigue confrontación Gutiérrez-Correa. |
| Octubre | 2010-10-18 | Gallardo será juzgado mañana en la Corte. |
| Octubre | 2010-10-19 | El presidente Correa y los Alvarado, a declarar por la cadena oficial. |

| | | |
|-----------|------------|--|
| Octubre | 2010-10-20 | Los medios incautados siguen bajo el control del Gobierno. |
| Octubre | 2010-10-21 | FF.AA. aún no envían listado de sublevados. |
| Octubre | 2010-10-22 | Militares cumplen arrestos por el 30-S. |
| Octubre | 2010-10-23 | Correa y García no hablarán de límites. |
| Octubre | 2010-10-24 | Cordero retoma su rol de conciliador. |
| Octubre | 2010-10-25 | Ronda de debates de la situación política. |
| Octubre | 2010-10-26 | Más vacíos hay en el estado de excepción. |
| Octubre | 2010-10-27 | El sistema de compensación para los militares se oficializó. |
| Octubre | 2010-10-28 | Alvarado dijo que no hubo caos social. |
| Octubre | 2010-10-29 | Cuenta regresiva para las comisiones. |
| Octubre | 2010-10-30 | El fallo de Gutiérrez contradice a Terán. |
| Octubre | 2010-10-31 | La Fiscalía vinculará a más uniformados por la revuelta. |
| Noviembre | 2010-11-01 | Alianza país revisó la crisis del 30-S. |

ANEXO IV

| MATRIZ DE RECOLECCIÓN. DIARIO EL TELÉGRAFO | | |
|---|--------------|--|
| MES | FECHA | NOTICIA |
| Octubre | 2010-10-01 | Actividades en el aeropuerto Mariscal Sucre se suspendieron. |
| Octubre | 2010-10-02 | En Quito se veló a los fallecidos. |
| Octubre | 2010-10-03 | Juez dictamina las medidas sustitutivas. |
| Octubre | 2010-10-04 | Correa se solidarizó con las víctimas. |
| Octubre | 2010-10-05 | Fiscalía investiga los hechos del pasado jueves. |
| Octubre | 2010-10-06 | Fiscalía reconstruye la insubordinación. |
| Octubre | 2010-10-07 | No hay registro de la fecha. |
| Octubre | 2010-10-08 | El Presidente analiza visita a Guayaquil. |
| Octubre | 2010-10-09 | Militares de la FAE y policías siguen bajo indagaciones. |
| Octubre | 2010-10-10 | Excepción sigue solo en Quito. |
| Octubre | 2010-10-11 | Presidentes de Chile y Bolivia visitan a Correa. |
| Octubre | 2010-10-12 | El mandato policial ofrece disculpas al país. |
| Octubre | 2010-10-13 | La FAE analiza actuación de 160 de sus elementos. |
| Octubre | 2010-10-14 | El oficialismo espera reunir a 40000 simpatizantes mañana. |
| Octubre | 2010-10-15 | Cancilleres se reunirán el 28. |
| Octubre | 2010-10-16 | Alianza PAIS pule estatutos y principios. |
| Octubre | 2010-10-17 | Veedores a sus coordinadores de trabajo. |
| Octubre | 2010-10-18 | Jalkh asegura que mejoras en la Policía se basan en tres ejes. |
| Octubre | 2010-10-19 | Robalino: “Banca actual está sólida”. |
| Octubre | 2010-10-20 | Cámara pide cambios en ley. |
| Octubre | 2010-10-21 | Código de Producción va a |

| | | |
|-----------|------------|---|
| | | debate. |
| Octubre | 2010-10-22 | Anomalías en el proceso licitatorio. |
| Octubre | 2010-10-23 | Ponce y Rivera se unen a reunión. |
| Octubre | 2010-10-24 | Francois Houtart presenció el enlace. |
| Octubre | 2010-10-25 | Fiscalía recepta más testimonios. |
| Octubre | 2010-10-26 | Creación de la Secretaría aún no se define. |
| Octubre | 2010-10-27 | Nebot declara ante fiscal. |
| Octubre | 2010-10-28 | Correa asistirá a funerales de Estado. |
| Octubre | 2010-10-29 | Parroquias promueven la participación social. |
| Octubre | 2010-10-30 | CAL espera información sobre el 30-S. |
| Octubre | 2010-10-31 | Periodista es amenazado de muerte. |
| Noviembre | 2010-11-01 | Tribunal anunciará fallo policial. |